



**Nuno Miguel
Mocica Brilha**

**Convergência Estratégica das Políticas Nacionais de
Turismo e Transporte: o caso português.**



**Nuno Miguel
Mocica Brilha**

Convergência Estratégica das Políticas Nacionais de Turismo e Transporte: o caso português.

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, realizada sob a orientação científica do Dr. Carlos Martins da Costa, Professor Associado com Agregação do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro e co-orientação da Dra. Ana Maria Alves Pedro Ferreira, Professora Auxiliar da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve.

Dedico este trabalho à minha família pelo apoio incondicional.

o júri

presidente

Prof. Dr. Joaquim da Costa Leite
Professor Associado com Agregação da Universidade de Aveiro

Prof. Dr. Carlos Manuel Martins da Costa
Professor Associado com Agregação da Universidade de Aveiro

Prof. Dra. Maria do Rosário Maurício Ribeiro Macário
Professora Auxiliar do Instituto Superior Técnico da Universidade Técnica de Lisboa

Prof. Dra. Ana Maria Alves Pedro Ferreira
Professora Auxiliar da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve

agradecimentos

Na produção desta dissertação foi fundamental o contributo pessoal e profissional de um leque de pessoas a quem desejo agradecer.

Em primeiro lugar aos orientadores, cuja amabilidade, disponibilidade e crítica, potenciou o empenho.

Em segundo lugar, um agradecimento particular a Francisco Ayuso pelo seu total empenho na facilitação dos contactos com pessoas e entidades, decorrentes da sua longa carreira na indústria.

Às pessoas e entidades contactadas no decurso da investigação, pela cortesia profissional e pessoal que me dirigiram e pelo interesse em colaborar.

Finalmente, à minha mulher e família, pelo apoio incondicional.

palavras-chave

Turismo, Transportes, Política Nacional de Turismo, Política Nacional de Transportes, Transportes Aéreos, Impactos Bilaterais.

resumo

O turismo é uma actividade de enorme significado mundial.

O estudo do seu desenvolvimento abrange perspectivas diversas, relacionadas com os seus impactos económicos, ambientais e sócio-culturais. No entanto, é o peso do seu impacto económico que suscita a maior atenção por parte de Governos e do sector privado, relevando a prioridade do seu planeamento. Não obstante o estágio de desenvolvimento que lhe conhecemos hoje, o turismo não seria possível sem a mais recente revolução dos transportes, que ocorreu após a II GGM com o advento da aviação a jacto comercial.

As noções de transporte e acessibilidade, estão, compreensivelmente, intrínseca e indelévelmente ligadas ao turismo, nomeadamente através do transporte por modo aéreo. Esta dissertação discute a existência de uma Política Nacional de Turismo em Portugal e a sua convergência com uma Política Nacional de Transportes, considerando em particular o modo aéreo.

A revisão de literatura e de conceitos apresentados, suportam esta relação biunívoca inicialmente proposta, sendo posteriormente avaliado especificamente o caso português.

Usando como instrumentos de investigação, a análise documental e a entrevista, foi possível auscultar os sectores público e privado do turismo em Portugal. Desta investigação conclui-se não existir actualmente em Portugal um Política Nacional de Turismo ou de Transporte.

Não obstante, legítima de modo académico e empírico, a validade da convergência estratégica entre Turismo e Transporte Aéreo.

keywords

Tourism, Transport, National Tourism Policy, National Transport Policy, Air Transport, Bilateral Impacts.

abstract

Tourism is an activity of global significance.

The study of its evolution covers several areas, in relation to its economic, environmental, social and cultural impacts. However, it is the weight of its economic impact that attracts the attention of governments and the private sector, revealing the need for planning. Nonetheless, the evolutionary phase where tourism stands today would not have been possible without the latest transport revolution that occurred after WWII with the advent of commercial jet aviation. The notion of transport and accessibility is understandably, deeply embedded in tourism, namely through air transport. The following dissertation discusses the need for a National Tourism Policy in convergence with a National Transport Policy, namely for air transport.

The literature review and concepts put forward support this proposed bilateral relationship, thus evaluating specifically the case for Portugal.

Using investigation tools such as documental analysis and interviews it was possible to monitor the public and private tourism sectors in Portugal. This investigation concludes, at this juncture, for the non-existence of a Portuguese National Tourism or Transport Policy.

Notwithstanding, the findings legitimate both academically and empirically, the case for strategic convergence between Tourism and Air Transport.

Índice

Índice	VIII
Abreviaturas e Acrónimos	XII
Índice de Figuras.....	XIV
Índice de Tabelas.....	XVI
Capítulo 1 - Conceitos e Evolução.....	1
1.1. Introdução.....	1
1.2. Os Conceitos de Lazer, Recreação e Turismo.....	1
1.3. Definições de Turismo	3
1.4. História	8
1.5. O Produto Turístico.....	11
1.6. O Sistema do Turismo	14
1.7. Impactos do Turismo	17
1.8. Conclusão.....	19
Capítulo 2 - A Escala e o Âmbito da Indústria Turística	20
2.1. Introdução.....	20
2.2. Enquadramento Mundial	20
2.2.1. Evolução.....	21
2.2.2. Regiões Emissoras - Receptoras.....	22
2.2.3. Receitas.....	25
2.2.4. Horizonte 2020	27
2.3. Enquadramento Europeu.....	30
2.3.1. Chegadas do Turismo Internacional.....	30
2.3.2. Receitas do Turismo Internacional.....	32
2.3.3. Balança de Pagamentos	33
2.3.4. Sector Turístico Europeu	36
2.4. Enquadramento Português	38
2.4.1. Entradas de Visitantes e Turistas.....	39
2.4.2. Motivos da Visita.....	43
2.4.3. Receitas do Turismo	44
2.4.4. Meio de Transporte.....	46
2.5. Conclusão.....	48
Capítulo 3 - Planeamento em Turismo	50
3.1. Introdução.....	50

3.2.	Necessidade de Planeamento em Turismo	50
3.3.	Componentes do Desenvolvimento do Turismo	53
3.3.1.	Serviços e Equipamentos de Transporte	54
3.3.2.	Formulação da Política de Turismo	55
3.4.	Sustentabilidade e Gestão Estratégica	58
3.5.	Papel do Estado	59
3.6.	Destination Management.....	65
3.6.1.	O Destino Portugal	68
3.7.	Conclusão	69
Capítulo 4 - Turismo e Transporte		71
4.1.	Introdução	71
4.2.	A Componente Transporte no Sistema Turístico	71
4.3.	Impactos Bilaterais: Turismo e Transporte	72
4.4.	Diversidade de Modos.....	74
4.5.	O Sistema Turismo-Transporte	76
4.6.	Acessibilidade do Destino	79
4.7.	Desenvolvimento do Destino	80
4.8.	Motivação, Ciclo de vida, Transporte e Experiência Turística.....	84
4.9.	Políticas de Turismo e Transporte	87
4.10.	O Caso Português.....	88
4.11.	Conclusão	90
Capítulo 5 - Turismo e Transporte Aéreo		92
5.1.	Introdução	92
5.2.	A Indústria do Transporte Aéreo.....	92
5.2.1.	Essencial da Regulação do Transporte Aéreo.....	97
5.2.2.	Alterações na Indústria.....	98
5.2.3.	Acordos Bilaterais	99
5.3.	Impactos Bilaterais: Turismo e Transporte Aéreo	100
5.4.	Turismo e Transporte Aéreo na Europa.....	102
5.4.1.	Benefícios do Transporte Aéreo para o Turismo na Europa	105
5.4.2.	As Estratégias Turísticas das Companhias Aéreas	106
5.5.	Avaliação de Políticas de Turismo e Aviação	108
5.6.	OCDE – Avaliação de Políticas Nacionais de Turismo	113
5.7.	Turismo e Transporte Aéreo em Portugal.....	114
5.8.	Conclusão	116

Capítulo 6 - Metodologia	117
6.1. Introdução.....	117
6.2. Filosofia da Investigação.....	118
6.3. O Problema.....	124
6.4. Conceitos.....	125
6.5. Motivos e Metas.....	127
6.6. Objectivos e Hipóteses da Investigação.....	127
6.6.1. Objectivos	128
6.6.2. Hipóteses.....	130
6.7. Modelo Conceptual, Métodos e Técnicas de Investigação	131
6.7.1. Modelo Conceptual - Método	131
6.7.2. Métodos e Técnicas de Investigação	132
6.8. Amostragem	135
6.8.1. Sector Público.....	136
6.8.2. Sector Privado	140
6.9. Entrevista.....	146
6.10. Análise Crítica da Metodologia.....	148
6.11. Originalidade e Contribuição para a Ciência	150
6.12. Conclusão.....	150
Capítulo 7 - Análise e Discussão dos Dados	152
7.1. Introdução.....	152
7.2. Objectivo 1	152
7.2.1. Análise Documental	153
7.2.2. Enquadramento Constitucional	153
7.2.3. Programa de Governo.....	154
7.2.4. Grandes Opções do Plano 2005-2009	156
7.2.5. Lei Orgânica do XVII Governo Constitucional	159
7.2.6. PENT	160
7.3. Objectivo 2	163
7.3.1. Análise de Conteúdo - Individual.....	163
7.3.1.1. Sector Público.....	163
7.3.1.2. Sector Privado	167
7.3.1.3. CTP	176
7.3.2. Análise de Conteúdo - Transversal	177
7.3.2.1. Questão 1	177

7.3.2.2. Questão 2.....	178
7.3.2.3. Questão 3.....	179
7.3.2.4. Questão 4.....	181
7.3.2.5. Questão 5.....	182
7.3.2.6. Questão 6.....	183
7.4. Objectivo 3	184
7.4.1. Análise Documental	185
7.4.2. Apresentação do NAL	185
7.4.3. NAER	186
7.4.4. Entrevista	188
7.4.4.1. Sector Público	188
7.4.4.2. Sector Privado.....	189
7.5. Conclusão	193
Capítulo 8 - Conclusões e Implicações	195
8.1. Conclusão Geral.....	195
Bibliografia.....	199

Abreviaturas e Acrónimos

ACI – Airports Council Internacional
AHP – Associação dos Hoteis de Portugal
ANA – ANA Aeroportos de Portugal, SA
APAVT – Associação Portuguesa de Agências de Viagem e Turismo
ARESP – Associação da Restauração e Similares de Portugal
AT – Áustria
ATAG – Air Transport Action Group
ATL – Associação de Turismo de Lisboa
BE – Bélgica
CAGR – Compound Annual Growth Rate – Taxa Média de Crescimento Anual
CNIG – Conselho Nacional da Industria do Golfe
CST – Conta Satélite do Turismo
CTP – Confederação do Turismo Português
CY – Chipre
CZ – República Checa
DE - Alemanha
DGT – Direcção Geral do Turismo
DGT – Direcção Geral do Turismo
DK –Dinamarca
EE –Estónia
EL – Grécia
ES – Espanha
FFP – Frequent Flyer Program
FI -Finlândia
FR – França
GDS – Global Distribution System
GOP – Grandes Opções do Plano
HU – Hungria
IAS – Índice de Amplitude Sazonal
IATA – International Air Transport Association
ICAO – International Civil Aviation Organization
IE – Irlanda
IPM – Instituto Português de Museus

IT – Itália
ITP – Instituto de Turismo de Portugal
IUOTO – former WTO
LT –Lituânia
LU – Luxemburgo
LV – Látvia
MICE – Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions
MT – Malta
NACE – Classificação Geral das Actividades Económicas (EU)
NL – Holanda
OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo
PG – Programa de Governo
PIB – Produto Interno Bruto
PL – Polónia
PMG – Permanência Média Geral
PNOT – Plano Nacional de Ordenamento do Território
PT – Portugal
RAC – Rent-a-Car
RMC – Receita Média por Chegada
SE - Suécia
SEOPC –Secretaria de Estado das Obras Públicas e Comunicações
SET – Secretaria de Estado do Turismo
SI – Eslovénia
SK – Eslováquia
TA – Transportes Aéreos
TAP – TAP Air Portugal, SA
TS – Taxa de Sazonalidade
UK –Reino Unido
USD – United States Dollar
VFR – Visiting Friends and Relatives
WTO – World Tourism Organization
WTTC – World Travel and Tourism Council

Índice de Figuras

Figura 1.1 – Lazer, Recreação e Turismo. Cooper et al (1999)	2
Figura 1.2 – Lazer, Recreação e Turismo. Adaptado de Costa (1996).	3
Figura 1.3 – Turista-Classificação Estatística.	5
Figura 1.4 – Rede de Sectores da Indústria do Turismo. Adaptado Holloway(1999).	13
Figura 1.5 - Cadeia de Distribuição. Adaptado Holloway, 1999.	14
Figura 1.6 – Sistema Turístico Simples. Fonte: Leiper (1990)	15
Figura 1.7 – Sectores da Indústria Turística. Holloway 1998.	17
Figura 2.1 – Chegadas por Motivo Visita Figura 2.2 – Chegadas por Meios.....	21
Figura 2.3 – Turismo Mundial. Fonte: WTO.....	22
Figura 2.4 – Chegadas Internacionais, WTO.....	28
Figura 2.5 – Chegadas de Turistas Internacionais por Áreas Destino, WTO, 2001	28
Figura 2.6 - Taxa Média de Crescimento Anual.....	29
Figura 2.7 – Turismo na Europa. WTO.....	30
Figura 2.8 – Distribuição da Receita pelos subsectores do Turismo. Eurostat, 2000.....	37
Figura 2.9 – Distribuição da Receita por Subsectores e Estados Membros. Eurostat, 2000.....	37
Figura 2.10 – Flutuação Anual das Entradas de Visitantes e Turistas. Adaptado DGT....	41
Figura 2.11 - Evolução da Despesa Média Diária por Turista. DGT (2003)	44
Figura 2.12 – Despesa Média Diária 2003. DGT (2003)	44
Figura 2.13 – Despesa Média Diária por Turista – NUTs II. DGT (2003)	45
Figura 2.14 – Estrutura dos Gastos dos Turistas. DGT (2003)	46
Figura 3.1 – Componentes do PlaneamentoTurístico. Adaptado de Inskeep, 1991.....	54
Figura 3.2 – Papeis do Estado no Turismo. Holloway, Adaptado.	60
Figura 3.3 – Serviços de Suporte do Sector Público. Holloway, 1999. Adaptado.	61
Figura 3.4 – Instituições do Estado relacionadas com o turismo. Hall & Jenkins, 2005. ..	64
Figura 3.5 – O Destino como Sistema. Manente e Minghetti, 2006.	67
Figura 4.1 – Sistema Turístico.....	71
Figura 4.2 - Concorrência entre avião e comboio de alta-velocidade em rotas internacionais na Europa. Adaptado de Cooper, 1998.	76
Figura 4.3 - O turismo-transporte <i>continuum</i> . Adaptado de Lumsdon e Page, 2004.....	78
Figura 4.4 – Impacto do custo do transporte nas procura destinos periféricos. Prideaux, 2004.....	82
Figura 4.5 – Espectro de desenvolvimento de um destino. Prideaux, 2004.....	83

Figura 4.6 – Mapa conceptual das ligações entre motivação, ciclo de vida, papel do transporte e experiência turística. Moscardo e Pearce, 2004.....	86
Figura 4.7 – Chegadas por modo de transporte em 2001. WTO.....	90
Figura 5.1 – A indústria do Transporte Aéreo. Adaptado de ATAG, 2005.	94
Figura 5.2 – Impacto Economico Total. Adaptado de ATAG, 2005.	95
Figura 6.1 – Enquadramento do estudo do lazer e turismo. Veal, 1997.....	122
Figura 7.1 – Entrevista semi-estruturada: Questão 1.	177
Figura 7.2 – Entrevista semi-estruturada: Questão 2.	179
Figura 7.3 – Entrevista semi-estruturada: contributo para o desenvolvimento do destino Portugal.	180
Figura 7.4 – Entrevista semi-estruturada: Questão 7.	191

Índice de Tabelas

Tabela 1.1 – Visitantes, turistas e excursionistas.	6
Tabela 1.2 – Diferenças fundamentais entre produtos e serviços.	12
Tabela 2.1 – Regiões Emissoras. WTO.....	23
Tabela 2.2 – Regiões Receptoras. WTO.	23
Tabela 2.3 – Chegadas de Turistas Internacionais. WTO.	24
Tabela 2.4 – Receitas Totais Turismo Internacional. WTO.....	25
Tabela 2.5 – Receitas por Região. WTO.	25
Tabela 2.6 – Receitas por Países. WTO.	26
Tabela 2.7 – Despesa Turismo Internacional. WTO.	27
Tabela 2.8 – Europa – Chegadas de Turistas Internacionais. WTO.	31
Tabela 2.9 – Receitas do Turismo Internacional.....	32
Tabela 2.10 - Balança de Pagamentos - EU 25, 2003. (M€).....	33
Tabela 2.11 – Europa – Ranking Turismo Internacional. Adaptado.	35
Tabela 2.12 – Dimensão Europeia do Sector Turístico.....	36
Tabela 2.13 – Visitantes Estrangeiros por Nacionalidade. DGT, Entradas de Estrangeiros em Portugal, 2003.....	40
Tabela 2.14 – Turistas Estrangeiros por Nacionalidade. DGT, Entradas de Estrangeiros em Portugal, 2003.....	40
Tabela 2.15 – Avaliação dos 5 Maiores Mercados por Nacionalidade. Adaptado.	42
Tabela 2.16 – Motivo da Visita	43
Tabela 2.17 – Meio de Transporte do Turista Internacional. DGT (2003)	47
Tabela 2.18 – Mercados Emissores, Meio de Transporte e Gasto Médio Diário. DGT (2003)	48
Tabela 3.1 – Políticas de Turismo Internacionais. Pender, 2005. Adaptado.	62
Tabela 3.2 – Funções do Estado. Vários autores.	65
Tabela 4.1 – Transporte-Visitante- Produto Turístico. Adaptado de Cooper, 1998.	75
Tabela 4.2 – Meio de Transporte dos Turistas Internacionais por País de Residência. DGT 2003.	89
Tabela 5.1 – Factores Motivadores do Tráfego Aéreo Mundial. Adaptado de ATAG, 2005.	97
Tabela 5.2 – Lançamento de uma nova companhia aérea na Europa- Opções Estratégicas. Adaptado de Saissi, in Keller, 2001.	101
Tabela 5.3 – Composição do Grupo TUI AG. Adaptado de Pender 2005.....	107

Tabela 6.1 – Disciplinas académicas associadas à investigação em turismo. Veal, 1997.	121
Tabela 6.2 – Perspectivas e Dimensões. Veal, 1997.	123
Tabela 6.3 – Métodos de Investigação. Veal, 1997.	123
Tabela 6.4 – Conceitos, Hipótese, Modelos. Quivy e Campenhoudt, 2003.	124
Tabela 6.5 – Principais métodos de recolha das informações. Quivy e Campenhoudt, 2003.	124
Tabela 6.6 – Objectivos e Técnicas de Recolha.	135
Tabela 6.7 – Conta Satélite do Turismo – Produtos Característicos. OMT.	141
Tabela 6.8 – Top 5 Passageiros Transportados, 2005. Valor Anual. Fonte: ANA.	142

Capítulo 1 - Conceitos e Evolução

1.1. Introdução

Numa dissertação em que o tema turismo assume um papel central, é importante começar por discutir alguns conceitos associado ao mesmo, procurando avaliar os seus significados. O que se reconhece hoje como turismo, trata-se de uma indústria de dimensão e impacto mundial, cujo volume rivaliza com a indústria automóvel ou mesmo com a petrolífera. Tem associada a si, a geração de relevantes benefícios económicos e sociais, para intermediários, destinos, Governos e comunidades locais.

Não obstante, como se verá neste Capítulo tem existido forte controvérsia no que respeita à definição do conceito de turismo. Em grande medida o debate prende-se com a enorme evolução que o turismo sofreu nas últimas décadas, assim como com a dificuldade de identificação do que é o turismo e dos limites do sector.

O turismo representa nos nossos dias, uma actividade comercial de peso global, cuja riqueza do seu conhecimento se começou a estudar há apenas algumas décadas, sobretudo pelo elevado aumento do seu peso económico e o forte impacto que imprimiu sobre a sociedade industrial.

1.2. Os Conceitos de Lazer, Recreação e Turismo

No mundo inteiro, a palavra turismo é associada a uma actividade de lazer, pelo que importa reter em mente que antes de mais, enquanto motivação pessoal, de facto, o turismo se enquadra no espectro de potenciais actividades de lazer.

Apesar da tradução literal do Latim significar “ser livre”, a definição de lazer revela-se problemática.

Como revela Costa (1996), a controvérsia à volta do conceito de lazer prende-se com as áreas de especialidade científica dos investigadores, resultando em duas perspectivas: holística e orgânica.

A visão holística, defendida pelos investigadores da psicologia e psiquiatria sustenta que o lazer antes de ser uma actividade é uma atitude ou Estado de espírito, podendo por isso ocorrer em qualquer situação, inclusive em tempo de trabalho.

Não discordando na totalidade da primeira, a perspectiva orgânica valoriza o tempo de lazer mais como uma fracção ou período de tempo disponível do trabalho, do que uma atitude. Numa perspectiva orgânica, o tempo de lazer consiste num bloco segmentável da utilização humana do tempo, como ilustrado na investigação de Boniface e Cooper, citada por Cooper et al (1999), representada na figura seguinte.

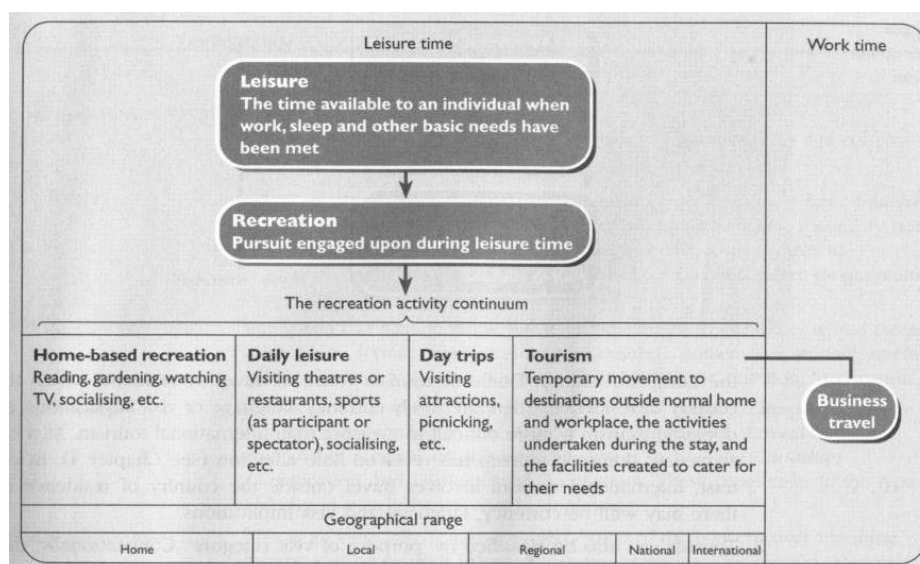


Figura 1.1 – Lazer, Recreação e Turismo. Cooper et al (1999)

Seguindo a visão destes autores, o tempo total disponível divide-se em tempo de trabalho e tempo de lazer. O tempo de lazer, significa essencialmente a combinação de uma medida de tempo e de determinado Estado de espírito em que as obrigações se resumem a um nível mínimo. Neste contexto de tempo, considera-se recreação como a prossecução de uma actividade de reconhecida retribuição pessoal, actividade esta que se pode segmentar por categorias, de acordo com o tempo despendido e com a distância geográfica percorrida.

Neste sentido e como ilustrado, a actividade turística enquanto motivação pessoal, resulta da existência de tempo de lazer e da opção pela mesma como uma actividade recreativa de reconhecida retribuição pessoal.

Na mesma perspectiva, como refere Cooper (1999) a WTO pública em 1983 o relatório denominado “Development of Leisure Time and the Right to Holidays”, em que quantifica o tempo total humanamente despendido em três categorias que denomina de “existência”, “subsistência” e “lazer”, de acordo com o tipo de actividades em que o tempo é despendido.

Também Costa (1996), revisita esta perspectiva adaptando as conclusões do relatório e representando-as esquematicamente na figura 1.2.

Do tempo total de vida de um indivíduo, 43% é referente à própria existência, na satisfação de necessidades fisiológicas como comer ou dormir. Do mesmo total, 34% do tempo é despendido em trabalho ou qualquer outra forma de actividade remunerada de subsistência.

Finalmente, depois dos segmentos de existência e subsistência, resta um segmento “livre” de 23% de tempo disponível para lazer, utilizado em descanso, obrigações sociais e familiares ou actividades recreativas onde se pode incluir o turismo.

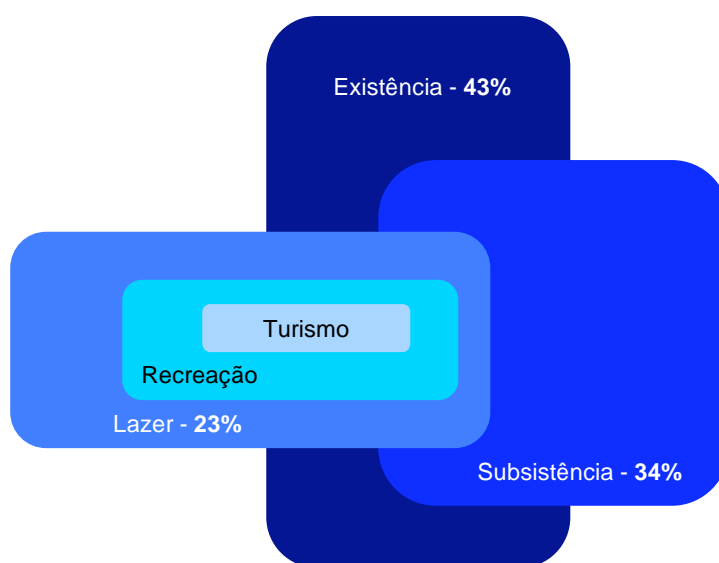


Figura 1.2 – Lazer, Recreação e Turismo. Adaptado de Costa (1996).

Não obstante a simples representação gráfica, este autor pretende adicionalmente, evidenciar que os conceitos de lazer, recreação e turismo podem ser vistos numa perspectiva holística, identificando como residual o tempo de lazer que se sobrepõe ao tempo de trabalho – subsistência. Por outro lado, a figura transmite que os conceitos de lazer, recreação e turismo estão inter-relacionados e que a sua prossecução será levada a cabo depois de satisfeitos os tempo de existência e subsistência.

1.3. Definições de Turismo

Enquadrado o turismo como actividade recreativa, será sensato tentar definir exactamente o que se traduz pelo termo, antes de avaliar as suas formas e consequências.

A tarefa de definição de turismo não é tão simples como poderá parecer e tal como lazer ou recreação, o termo turismo não recolhe uma definição de aprovação universal, por implicar uma multiplicidade de motivos, sujeitos, tempos, distâncias e actividades.

A primeira tentativa de uma definição universal de turista (Holloway, 1999), resultou da proposta do Comité de Estatística da Liga das Nações em 1937, que recomendou a adopção da definição de turista como “aquele que viaja por um período de pelo menos vinte e quatro horas num país distinto do seu país de residência habitual. Nesta definição estavam contidas as pessoas que viajavam em lazer, por razões de saúde, viagens para reuniões ou negócios e visitas em cruzeiros por menos de vinte e quatro horas. Apesar de completa, a sua principal fraqueza residia no facto de ignorar o chamado turismo doméstico.

Anos depois, em 1942, os Professores Hunziker e Krapf da Universidade de Berna, fazem uma das primeiras tentativas de definição de turismo. Estes consideraram que o turismo deveria ser definido como “a soma dos fenómenos e relacionamentos decorrentes da viagem e da estada de não residentes, desde que não conducente à residência permanente ou a uma actividade remunerada.”

Esta definição aprofunda a questão, por distinguir “turismo” de “emigração” e associar a viagem à estadia, excluindo por isso a visita diária.

Segundo Holloway (1999), mais tarde a United Nations Conference on International Travel and Tourism, realizada em 1963, considerou as recomendações propostas pela IUOTO (hoje a Organização Mundial do Turismo) e acordou no uso do termo visitante para descrever qualquer pessoa que visite um país que não o seu país de residência habitual, por qualquer razão excepto uma ocupação remunerada originária do país de visita. Esta definição pretendeu conter duas classes de visitantes:

- a) Turistas, que se classificavam com visitantes de pelo menos 24 horas cuja motivação poderia ser de lazer ou negócios, família ou reuniões ou missões.
- b) Excursionista, que eram classificados de visitantes temporários por menos de 24 horas, incluindo passageiros de cruzeiros mas excluindo passageiros em trânsito.

Finalmente, na sequência de uma proposta da Organização Mundial de Turismo (Pender, 2005), a UN Statistical Commision aprovou em 1994 a seguinte definição de turismo:

O turismo consiste nas actividades de pessoas que viajam e permanecem em locais fora do seu ambiente habitual por não mais de um ano consecutivo, por motivos de lazer, negócios ou outro motivo.

Não obstante a extensão da definição, não se descrevem as actividades exercidas ou mesmo a distância viajada. Como nota Holloway (1999), com o aumento do segmento de *time-shares* ou de segunda habitação, onde a estadia é por vezes estendida a períodos do ano, fica por exemplo por esclarecer a abrangência do que se considera o ambiente habitual.

A figura 1.3, referida por Holloway (1999) ilustra as directrizes produzidas pela WTO na classificação dos viajantes para motivos estatístico.

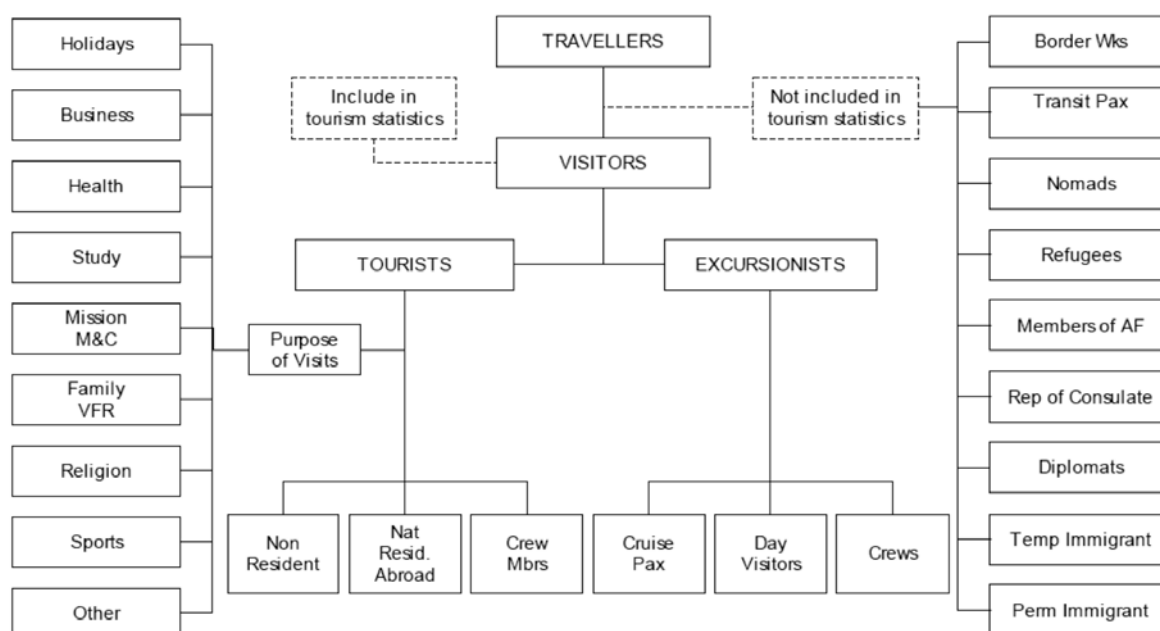


Figura 1.3 – Turista-Classificação Estatística.

Neste diagrama já se revelam as características dos segmentos de visitantes, turistas e excursionistas, que se precisam em maior detalhe na tabela seguinte.

Visitante	Pessoa que se desloca para fora do seu lugar habitual de residência com um objectivo que não seja o de usufruir de uma actividade remunerada
Visitante Internacional	Visitante em que o local visitado encontra-se fora do país
Visitante Nacional	Visitante em que o local visitado está dentro do país de residência habitual
Turista	Visitante que fica pelo menos uma noite no local visitado
Turista Internacional	Turista em que o local visitado fica fora do país de residência habitual.
Turista Nacional	Turista em que o local visitado fica dentro do país de residência habitual.
Excursionista	Todo o visitante que não pernoita no local visitado

Excursionista Internacional	Excursionista cujo local visitado fica fora do país de residência habitual.
Excursionista Nacional	Excursionista cujo local visitado fica dentro do país de residência habitual.

Tabela 1.1 – Visitantes, turistas e excursionistas.

Se conceptualmente a definição de turismo se revela uma tarefa tão complexa como o próprio tema, produzir uma definição técnica por razões estatísticas revela-se menos problemático.

Como nota Cooper (1999), mais que para ilustrar situações particulares, o essencial da necessidade de uma definição universal, prende-se não só com a necessidade de identificação e credibilidade da área de estudo mas também com considerações iminentemente práticas relacionadas com a necessidade de avaliação e produção de legislação.

Da evolução das tentativas de definição do tema, Cooper vislumbra duas perspectivas: as definições na perspectiva da procura e as definições na perspectiva da oferta.

Numa perspectiva da procura, cita Costa (1996), Murphy define turismo com uma actividade relacionada com as deslocação das pessoas para fora das suas áreas habituais de residência, desde que as mesmas não se venham a traduzir em permanência definitiva na área visitada.

Já Mathieson & Wall (1982), revelam uma nova leitura, identificando pela primeira vez os impactos das populações não residentes nas comunidades locais. Para estes autores, o turismo é o movimento temporário de pessoas para fora da área de residência e de trabalho habituais, as actividades realizadas durante a estada nessas áreas e as facilidades criadas para acolher e entreter os turistas.

O estudo do turismo inclui o estudo das pessoas que se deslocam para essas áreas, assim como os equipamentos e infra-estruturas que são construídos para os turistas e o impacto económico, ambiental e sociocultural criado pelos turistas nas comunidades receptoras. A visão dos impactos do turismo como consequência da interação de comunidades distintas, recebe desde aquela data, uma aceitação quase universal.

Os críticos da primeira perspectiva, apontam a visão da procura como limitada, por variadas ordens de razão. Primeiro, apresentam o turismo fundamentalmente como um fenómeno sociológico e não económico; segundo, misturam as definições de turista e de turismo. Finalmente, por este prisma torna-se impossível circunscrever o sector do turismo, o que favorece contributos multi-variados sobre o tema, sem a construção de conhecimento profissional específico.

Por oposição, as definições do lado da oferta tentam ver o turismo como uma actividade, permitindo definir e trabalhar sobre a base económica e sobre as inter-relações associadas ao sector do turismo. Deste modo, defendem ser possível quantificar o valor real do sector, inclusive no que respeita às necessárias hierarquias inter-ministeriais. Desta perspectiva, destacam-se dois investigadores cujas aproximações ao tema são habitualmente citadas – Leiper e Smith.

Segundo Costa (1996), Leiper tenta definir o turismo por via de uma aproximação sistémica, enunciando os principais elementos envolvidos no fenómeno do turismo. Ele nota que o turismo corresponde a um sistema relacionado com a deslocação de pessoas para fora da sua área de residência habitual, por uma ou mais noites, excepto deslocações com o objectivo de obtenção de remuneração nas áreas visitadas e/ou em trânsito. Os elementos do sistema, interligados espacial e funcionalmente, são os turistas; as áreas geradoras de turismo; as regiões de turismo e uma indústria do turismo que lhe está associada. Possuindo características de um sistema aberto, a organização destes elementos operacionalizam-se em envolventes amplas que interagem entre si: ambientais, culturais, sociais, económicos, políticos e tecnológicos.

Já para Smith (1998), a necessidade de medição da indústria é fundamental. Este considera que o turismo é composto por um agregado de actividades e negócios que directa ou indirectamente fornecem bens e serviços (grupo I e grupo II) que suportam as actividades de lazer e negócios realizadas pelas pessoas, fora dos seus locais habituais de residência:

Grupo I – Bens e serviços fornecidos na sua quase totalidade para os turistas: companhias aéreas, hotéis, alguns restaurantes, operadores turísticos, agências de viagem, etc.

Grupo II – Bens e serviços fornecidos para as actividades turísticas e para as actividades não turísticas, utilizadas, consequentemente por turistas e comunidades locais: restaurantes, supermercados, táxis, etc.

Pender (2005) nota que independentemente da discussão académica sobre as perspectivas definidoras do turismo, a perspectiva da oferta permite quantificar a actividade.

Neste contexto, como nota o documento Reinventando o Turismo em Portugal do consultor SAER (2005), de modo a que se possa quantificar o turismo, diversos organismos internacionais como as Nações Unidas, WTO e Eurostat, vêm trabalhando

desde a década de 70, resultando na criação do quadro conceptual da Conta Satélite do Turismo, CST.

A CST foi apresentada na Conferência Mundial sobre a Avaliação do Impacto Económico do Turismo, em Nice em 1999, ficando posteriormente estabelecida em Vancouver em 2001, como o padrão internacional de medida dos efeitos directos do turismo numa economia, em relação a outros ramos de actividade e outras economias.

Neste contexto conceptual, fica a cargo de cada país, implementar o uso da CST. Reconhecida a importância da actividade e da sua consequente medida, no contexto europeu e de um conjunto de acções de curto e médio-prazo, a Comissão Europeia propôs a implementação da CST nos Estados Membros.

Face ao exposto, resulta da definição de turista, uma ampla ultrapassagem da vinculada noção geral de que o turismo só se refere a deslocações por motivos de lazer.

1.4. História

As primeiras formas de turismo de lazer datam dos tempos dos Babilónios e dos Egípcios.

Segundo Holloway (1998), que se debruçou sobre a evolução histórica do turismo, sabe-se que um museu de “antiguidades históricas” foi aberto ao público na Babilónia no Séc. VI AC e que os egípcios realizavam vários festivais religiosos, atraindo muitos estrangeiros que vinham admirar as suas construções.

Também os gregos viajavam com frequência e sobretudo por mar, o que proporcionou o desenvolvimento dos portos. Realizavam festivais religiosos, que com o tempo se tornaram mais orientados para o lazer e em particular, para o desporto. No Séc. V a.C. Atenas já se tinha tornado um importante destino para os viajantes quotidianos e já existiam estalagens para os acomodar.

Dita a história, que desde os primórdios do turismo, algumas actividades, na sua essência, sempre existiram: o alojamento, os serviços de *catering*, os guias ou mesmo as lojas de *souvenirs*.

Grande parte do conhecimento do turismo destes tempos, decorre do legado escrito de Herodoto, o historiador grego que viveu durante os anos 400 AC e fez longas viagens através do Império Persa, que na altura anexava a Ásia e a África.

Este autor documentou as histórias de guias locais, mesmo que muitas vezes exageradas e inventadas.

Os roteiros de viagem apareceram por volta do Séc. IV a.C., cobrindo destinos como Atenas, Tróia ou Esparta. Foi no entanto, sob o Império Romano que as viagens internacionais se tornaram mais generalizadas, favorecidas por alguns factores práticos, como a extensão do território sem fronteiras, a moeda e língua comum e a boa qualidade das vias de comunicação.

Conclui Holloway que deste modo, conseguiam-se fazer viagens relativamente rápidas e seguras, levando também à abertura de um grande número de estalagens (alojamento) de maior qualidade, só ultrapassadas já na Idade Moderna.

Após o colapso do Império Romano, o início da Idade Média ou “época das trevas”, refreou a apetência pela viagem de lazer. Os principais viajantes eram os mercadores em busca de novas oportunidades de negócio, os aventureiros procurando fama e fortuna e os saltimbancos, em constante movimento e actuando nos locais onde paravam.

A religião, por outro lado, servia de pretexto para se realizarem actividades de lazer e os escritos deixados por alguns peregrinos mostram o lado recreativo e cultural das peregrinações. Os mosteiros serviam nessa época de albergue por causa da segurança que proporcionavam. Em Inglaterra, nomeadamente, desenvolveram-se as viagens por motivos de saúde para as localidades termais, sendo Bath, uma das mais conhecidas até aos dias de hoje. Já no Séc. XIX, a Revolução Industrial tem como consequência a migração das populações rurais para as cidades, em busca de trabalho ou melhores salários.

Curiosamente, continua Holloway, esta migração das populações rurais, para as cidades escuras e poluídas, onde o trabalho monótono das fábricas causava *stress* físico e psicológico, leva as mesmas, nos seus tempos livres – recreação, a procurar o campo como fuga da sua rotina diária.

Foi a construção dos caminhos de ferro que significou a primeira massificação das viagens, ilustrando pela primeira vez o impacto da componente transporte e os seus benefícios claros para o turismo: os trajectos faziam-se de uma maneira mais confortável, num menor espaço de tempo e transportavam-se muito mais pessoas de cada vez. Em consequência desta inovação, começa a surgir, em meados do Séc. XIX, uma indústria relacionada com o turismo, para suporte logístico destes novos viajantes, incluindo: hotéis, guias de viagem, agencias de viagens, pacotes organizados de viagens, entre outros.

Uma das figuras de relevo desta altura foi o agente de viagens inglês, Thomas Cook, que viu no turismo uma oportunidade sem precedentes de enriquecer as pessoas, culturalmente e moralmente, viajando para outros países sob sua orientação. Desde 1841

que se dedicou a organizar viagens para trabalhadores, recolhendo elevado sucesso e concentrando-se rapidamente na preparação de circuitos organizados. Em 1865, acompanhava clérigos, médicos e banqueiros, nas suas viagens organizadas a locais tão distantes para a data, como Itália. A organização meticulosa de Cook levou-o à criação do *voucher* de hotel como comprovativo da reserva e pagamento do mesmo, meio que ainda hoje é genericamente utilizado.

Já no Séc. XX, encorajadas pela segurança nos transportes, pela estabilidade política no continente europeu e por uma melhoria das condições das cidades na questão das doenças, as viagens continuavam a crescer. A 1ª Grande Guerra Mundial, apesar de humanamente desastrosa, em termos turísticos representou uma interrupção para esta actividade, retomando-se a partir de 1920 a prosperidade da mesma, agora sobretudo pelo grande fluxo de emigração para a América. Por outro lado, curiosamente, a experiência que os soldados tiveram de conhecer outros países fez-lhes crescer uma vontade de viajar, suportada por novas formas de comunicação de massas entretanto desenvolvidas, como o cinema, a rádio e a televisão, que encorajavam as populações a conhecer o resto do mundo.

A história do turismo, como faz notar Holloway, recebeu um novo contributo da componente transporte, mudando a sua face para sempre. Agora, com a introdução do automóvel e o seu rápido desenvolvimento, abre-se a possibilidade de viajar de modo independente dos circuitos organizados em comboio, traduzindo-se em maior liberdade na escolha dos locais a visitar e o tempo de permanência. Neste contexto, da 2ª Grande Guerra Mundial, resultaram dois factores chave que mais moldaram o desenvolvimento moderno desta actividade, iniciando o desenvolvimento que lhe conhecemos hoje. A aplicação das tecnologias aeronáuticas militares à aviação civil, tornou os aviões comerciais mais baratos, seguros e eficientes, reduzindo os custos da sua utilização e aumentando a sua autonomia, permitindo alcançar em poucas horas, um raio de novos destinos. Paralelamente, Inglaterra e a França instituíram formalmente 15 dias de férias pagas a todos os trabalhadores. Com mais rendimento, tempo livre e com o grande desenvolvimento tecnológico dos transportes aéreos, estavam criadas as condições para o que é hoje conhecido como turismo de massas global.

Desde a década de 60 e em particular na Europa, conclui Holloway, assiste-se a um *boom* do turismo de massas direccionado para o sol e a praia, gerando uma deslocação

que passará a ser tradicional, dos países mais ricos do Norte, para os países menos desenvolvidos mas com melhor clima, no Sul. Nestas condições, o Mediterrâneo e as Caraíbas tornam-se as zonas mais procuradas, desenvolvendo-se exponencialmente e de forma a adaptarem-se aos turistas que ali se deslocam, em oposição a um tipo de turismo que se baseia nos recursos já existentes.

1.5. O Produto Turístico

Na exploração das vantagens e dificuldades de uma definição, tem sido feita referência a turistas, turismo, motivações ou actividades. No entanto, de qualquer perspectiva, a análise do que se definiu como turismo revela um produto, com componentes claramente identificáveis e específicas.

A sua primeira característica, como refere Holloway (1999), é o facto deste produto, se tratar na verdade de uma composição de diversos componentes com características de serviços.

O “produto” turístico é consequência do sector dos serviços e como a generalidade dos serviços tem as seguintes características:

- Intangível – ao contrário de um produto, não pode ser tocado, ouvido ou visto antes da compra;
- Inseparável – a noção de serviço implica a produção e consumo simultâneos, sem margem para correcções;
- Heterogéneo – muito variado. Dependem de quem o presta e onde é prestado;
- Perecível – não pode ser armazenado ou recuperado.

Adicionalmente, os serviços que compõem o turismo ainda têm as seguintes características que lhes são particulares:

- Custo elevado – o orçamento para férias é uma das maiores despesas anuais;
- Sazonalidade – tem picos de procura ao longo os períodos de tempo;
- Interdependência – o produto turismo é a soma de vários serviços individuais por si mas totalmente dependentes do desempenho uns dos outros;
- Impactos nas sociedades – cria impactos de ordem económica, social e ambiental, nos destinos, assim como nos mercados de origem;
- Alta exposição a externalidades – clima, política, guerra, publicidade ou desastres condicionam grandemente a indústria, ficando fora do alcance dos planeadores.

Grönroos, citado por Pender (2005), baseando-se na mesma perspectiva de produto-serviço, sumaria as diferenças da seguinte forma.

Produtos	Serviços
Tangível	Intangível
Homogéneo	Heterogéneo
Produção e distribuição, separadas do consumo	Produção, distribuição e consumo são processos simultâneos
Elemento físico	Actividade ou processo
Valor central produzido numa fábrica	Valor central produzido na interacção fornecedor-cliente
Cliente não participa habitualmente no processo de produção	Cliente é parte integrante do processo de produção
Possibilidade de armazenamento	Impossibilidade de armazenamento
Possibilidade de transferência de propriedade	Impossibilidade de transferência de propriedade

Tabela 1.2 – Diferenças fundamentais entre produtos e serviços.

Também Holloway (1999) se revê neste contexto, ilustrando que a procura do turismo é satisfeita pela concentração de esforços de uma série de componentes ou serviços turísticos.

Reconhecendo a diversidade e profundidade de análise dos serviços turísticos, para o presente objectivo, o autor ilustra na figura 1.4, a rede de sectores do turismo em forma de cadeia de distribuição, facilmente reconhecível tomando como perspectiva uma típica deslocação de férias.

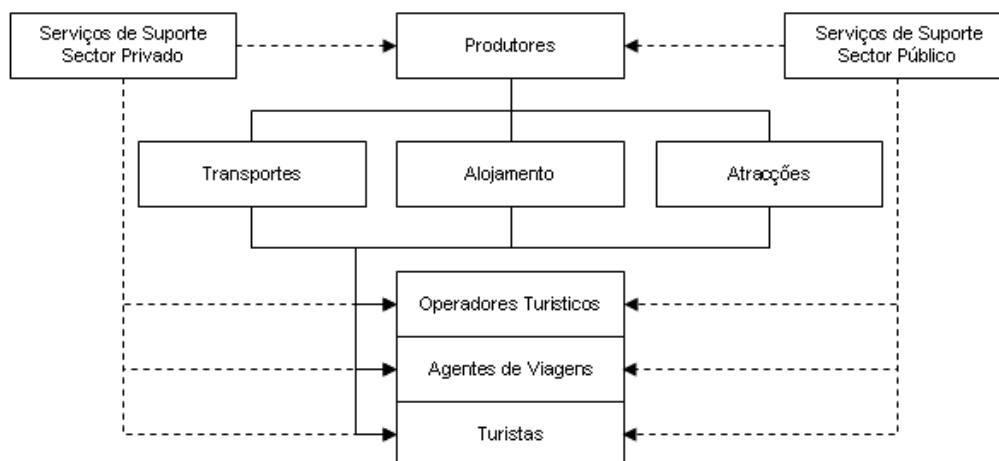


Figura 1.4 – Rede de Sectores da Indústria do Turismo. Adaptado Holloway(1999).

Neste sentido, podem ser identificadas três categorias principais de produtores ou fornecedores de serviços turísticos.

As atrações, naturais ou produzidas pelo homem, que como o nome indica são tradicionalmente o motor ou o motivo da deslocação; as infra-estruturas de acomodação e entretenimento, que asseguram o conforto da estada e serviços acessórios; e os meios de transporte necessários à deslocação para e no destino. Estes fornecedores de serviços, interagem mutuamente num contexto onde se incluem serviços de suporte dos sectores públicos e privado.

As organizações nacionais e regionais de turismo, as infra-estruturas públicas de transporte ou os serviços administrativos de visas e passaportes, são exemplos de serviços de suporte públicos, necessários ao sector turístico. Do ponto de vista do sector privado, são exemplos de serviços de suporte, os serviços de guias, serviços de finanças e seguros de viagem, as publicações de viagens e turismo, ou mesmo as publicações de guias e horários.

Retomando a perspectiva da organização de umas férias, que se entende tradicionalmente como uma experiência única e indissociada, é agora possível identificar que o pacote de férias tradicional, é composto pelo menos pelas três categorias de serviços referidas, os quais, adicionalmente, são normalmente prEstados por entidades ou empresas diferentes. Em todas as indústrias existem intermediários que transformam os bens e serviços existentes no mercado, em produtos adequados de interesse para o consumidor. Normalmente tratam da compra de produtos em grandes quantidades - grossistas, da adequação desta dimensão ao consumo particular – retalhistas. e da sua distribuição para os locais de venda.

Adaptando esta visão à indústria em análise, a figura 1.5 ilustra a cadeia de distribuição tradicional do turismo, revelando as figuras conhecidas dos Operadores Turísticos e das Agências de Viagem. Os Operadores Turísticos, têm um peso determinante, actuando como grossistas, angariadores e distribuidores dos produtos turísticos. O seu peso é ainda reforçado pela sua capacidade de adição de valor aos serviços angariados, através da composição de pacotes turísticos, constituindo mesmo um novo produto, neste caso composto. Estes pacotes, em adição aos serviços independentes são distribuídos às Agências de Viagens que actuam como retalhistas, operando com menores dimensões mas assegurando a difusão dos produtos junto do consumidor.

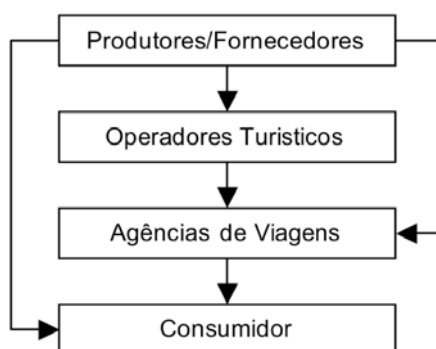


Figura 1.5 - Cadeia de Distribuição. Adaptado Holloway, 1999.

Por outro lado, quando comparada com outras indústrias, a cadeia de distribuição do turismo é marcadamente distinta por ser possível comprar os vários componentes de uma viagem turística directamente dos produtores. Cria-se assim, um novo cenário, em que todos os intervenientes comunicam abertamente entre si, pondo em causa a estrutura habitual de distribuição e comunicação da indústria. Este facto, que se conhece por desintermediação, é um tema com vastas implicações para a indústria do turismo e consequência, essencialmente da evolução das tecnologias de informação e comunicação, nomeadamente a Internet, em cuja plataforma se cruzam produtores, intermediários e consumidores.

1.6. O Sistema do Turismo

O discorrer do tema turismo por entre diversas actividades económicas e diferentes áreas de estudo científico, resulta directamente na necessidade de definição de uma estrutura organizacional para o mesmo.

No decorrer do aprofundamento da investigação do turismo, diferentes plataformas de trabalho foram definidas, em relação com orientações particulares ou mesmo com uma perspectiva mais holística (Pender e Sharples, 2005).

Existindo várias tentativas desta identificação, o sistema proposto por Leiper em 1979, é tradicionalmente usado pela sua facilidade de compreensão e popularidade.

Como referido no ponto 1.2, para Leiper, o turismo corresponde a um sistema relacionado com a deslocação de pessoas para fora da sua área de residência habitual, por uma ou mais noites, excepto deslocações com o objectivo de obtenção de remuneração nas áreas visitadas e ou em trânsito.

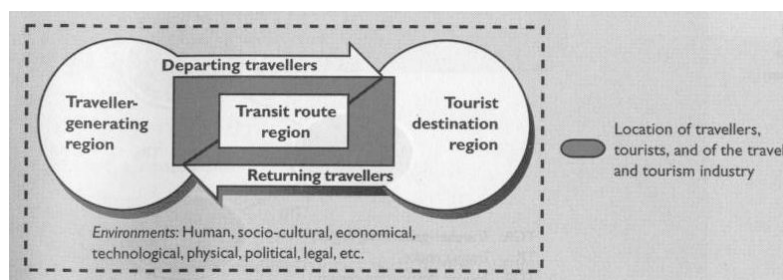


Figura 1.6 – Sistema Turístico Simples. Fonte: Leiper (1990)

Este modelo amplamente generalizado, assenta em três componentes base, descritas segundo Cooper, como:

1. **Os turistas.** O turista é o actor do sistema e o turismo representa para ele uma experiência humana, antecipada, vivida e lembrada como um momento valioso da sua vida.
2. **Os elementos geográficos:** Os elementos geográficos são compostos pela região geradora, a região destino e região de trânsito. As áreas geradoras de turismo representam o mercado gerador, que de certa forma age como o estimulador ou motivador da viagem. A área destino representa o objectivo do turismo, é a razão de ser da viagem, pelas suas características naturais, históricas ou culturais.
Entre as duas últimas fica a região de trânsito, que não representa só a distância entre origem-destino, mas também os interesses e os locais visitados em trânsito.
3. **A indústria do turismo.** A terceira componente do sistema de turismo de Leiper é a indústria turística, que se compreende como a panóplia de organizações e actividades envolvidas na

existência do produto turístico. Segundo este modelo, estes sectores facilitadores identificam-se com a sua localização no sistema: as agências de viagem e operadores porventura mais junto das regiões geradoras; os sectores de acomodação e atracções mais junto das áreas destino, com o sector dos transportes essencialmente nas regiões de trânsito.

Segundo o autor, estes elementos estão interligados espacial e funcionalmente. Possuem características de um sistema aberto e as organizações destes elementos operacionaliza-se em ambientes amplos que interagem uns com os outros: ambientais, culturais, sociais, económicos, políticos e tecnológicos.

As vantagens da perspectiva de Leiper, prendem-se não só com a simplicidade de ilustração da complexidade de sectores e actores deste sistema, mas também com a sua flexibilidade de aplicação desde escalas regionais a internacionais. O seu valor reside ainda e fundamentalmente na importante noção para o estudo e investigação do turismo, de que apesar dos seus elementos individualmente válidos, o seu maior valor reside no relacionamento e interacção entre si.

Esta noção de sistema é reforçada pela percepção dos sectores contidos na indústria turística e perante a noção de produto turístico, pela existência de uma cadeia de distribuição.

A figura 1.7 analisa em maior detalhe a noção de complementaridade do produto turístico como o cerne fundamental da indústria.

Claramente se depreende que o referido produto turístico resulta da composição dos produtos disponibilizados por três sectores base fundamentais:

- Transporte,
- Acomodação,
- Atracções, com excepção das naturais.

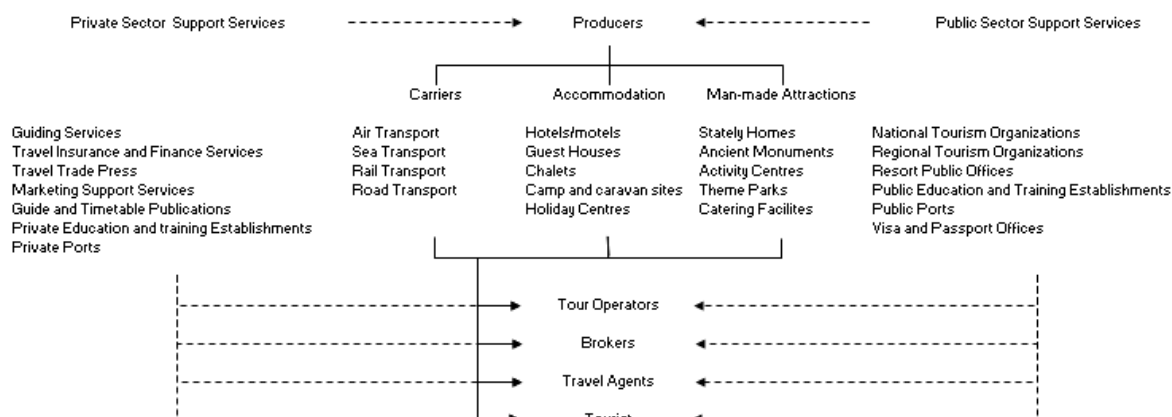


Figura 1.7 – Sectores da Indústria Turística. Holloway 1998.

Neste diagrama é ainda visível a cadeia de distribuição da indústria turística. Como referido no ponto 1.4, a hierarquia tradicional das indústrias em geral, baseada nas figuras do Grossista/Retailista/Consumidor, não é exclusivamente aplicável ao enquadramento turístico.

De facto, quer os elementos fundamentais do produto, quer os serviços auxiliares públicos e privados, mantêm-se hoje à disposição de todos os elementos da cadeia de distribuição. Ou seja, em alternativa ao fluxo de distribuição tradicional, qualquer um dos elementos do sistema podem virtualmente contactar entre si, gerando “atalhos” alternativos mas mais eficientes.

Este fenómeno conhecido como desintermediação, tem representado o mais recente desafio da indústria, e apesar de não ser mais desenvolvido no âmbito deste trabalho, revela mais uma vez a necessidade de compreensão sistémica da indústria turística, na sua investigação.

1.7. Impactos do Turismo

Como qualquer actividade, o desenvolvimento do turismo gera consequência e impactos que afectam a totalidade das componentes do seu sistema.

Citando Vellas e Becherel, Pender (2005) categoriza o turismo internacional como, indiscutivelmente, o fenómeno de maior influência no desenvolvimento económico e social de sociedade contemporânea.

Neste contexto, a consequência habitualmente identificada como o maior impacto desta actividade, prende-se com a sua capacidade de geração de benefícios positivos através

da criação de emprego e receita, particularmente visíveis em economias em vias de desenvolvimento onde o turismo pode ser a única fonte de riqueza.

Pender (2005) lembra que no entanto, podem existir outras consequências negativas do turismo, como a destruição ambiental e a perda das tradições culturais das populações locais. Neste âmbito são genericamente associados ao turismo os seguintes impactos:

- Económico
- Ambiental
- Sócio-cultural

Cooper, visita igualmente a questão dos impactos do turismo via o conceito de “capacidade de carga” de um destino. Relembrando a perspetiva do sistema de Leiper, o destino apresenta-se como o seu elemento chave, traduzindo-se no local físico sobre o qual todo o sistema converge.

Segundo este raciocínio, o autor introduz a noção de destino sustentável, segundo o Bruntland Report da World Commission on Environment and Development (1987), como a capacidade de satisfação das necessidades presentes sem compromisso da capacidade de satisfação de necessidades futuras. Decorrente deste conceito, a capacidade de carga de um destino prende-se com a sua aptidão para absorver a actividade turística, sem se detrimir.

Por esta via, o autor valida os tipos de impactos de turismo reconhecidos por outros autores, através da sua classificação dos perfis da capacidade de carga:

Física

Limite de disponibilidade de espaço dimensionado para infra-estruturas (ex: hotéis, restaurantes, transportes, etc)

Psicológica

Percepção individual do limite de tolerância psicológico enquanto detrimento da experiência turística (ex: tolerância a visitantes ou multidões)

Biológica

Limite da capacidade ambiental dos ecossistemas perante distúrbios ou danos na fauna ou flora.

Social

Limites de desenvolvimento aceitáveis para as populações locais, nomeadamente comunidades residentes e negócios.

1.8. Conclusão

O tema turismo revela uma riqueza extrema de conteúdo, permitindo a sua análise sob uma variedade de perspectivas académicas.

O próprio conceito que lhe está associado, é inerente ao ser humano, acompanhando-o desde os tempo mais remotos.

Não obstante a sua presença história e a validade das perspectivas teóricas da sua investigação, foi o início do seu elevado contributo económico que gerou o nível de interesse generalizado que se lhe confere hoje, reconhecido por indivíduos, agentes económicos e Governos.

O início da análise do tema turismo, identifica-o imediatamente sob duas perspectivas: uma micro-perspectiva, que procura definir e delimitar os elementos que compõem o turismo; e uma macro-perspectiva, que ilustra o enquadramento e as interações do turismo com o universo das actividades económicas.

Nesta fase e para referência futura importa relembrar o conceito de turismo como definido pela Organização Mundial do Turismo, contemplando as actividades de indivíduos fora do seu ambiente habitual, por motivos de lazer, negócios ou outros.

Ultrapassa-se assim a errada percepção por vezes generalizada de que o turismo se encerra na sua associação ao lazer e demonstra-se a vasta abrangência do seu objecto de estudo.

Reconhecidos os impactos potenciais do turismo dos pontos de vista social, cultural ou ambiental, é sobre o seu impacto enquanto indústria e actividade económica que nos debruçamos nesta tese.

No decurso do capítulo seguinte procurar-se-á validar a escala e significado do turismo enquanto actividade económica.

Capítulo 2 - A Escala e o Âmbito da Indústria Turística

2.1. Introdução

O Turismo é uma indústria global, contribuindo significativamente para muitas economias, nacionais, regionais e locais. A sua dimensão, por si só, sugere a existência de grandes quantidades de informação a ser processada e comunicada.

Para o tema deste trabalho, importa apresentar, sumariamente, uma síntese de enquadramento mundial desta indústria, reduzindo posteriormente o foco à especificidade europeia e finalmente em exclusivo à realidade portuguesa.

A definição do que se denomina Turismo, tem sido alvo de décadas de discussão teórica, resultando em ideias mais ou menos complexas desta indústria, de acordo com visões tendencialmente mais práticas ou filosóficas.

Perante a necessidade imperativa de definição e quantificação do turismo, e seguindo décadas de discussão teórica sobre uma definição de Turismo, a Comissão Estatística das Nações Unidas, adoptou oficialmente em 1993 a seguinte definição de turismo:

O turismo contempla as actividades das pessoas que viajam e permanecem em locais fora do seu ambiente habitual de residência e trabalho, por mais de uma noite e por não mais de um ano consecutivo, por motivos de lazer, negócios e outros.

2.2. Enquadramento Mundial

Existem duas entidades que se propõem trabalhar sobre a perspectiva global desta actividade; a associação inter-governamental da World Tourism Organization (WTO) e a associação de sector privado World Travel and Tourism Council (WTTC).

Ambas organizações mundiais consideram o sector do Turismo como um dos maiores, se não o maior do mundo, especialmente em termos de contribuição para a economia mundial.

De acordo com as estimativas da WTTC, a indústria do turismo será responsável directa e indirectamente pelo seguinte impacto económico em 2005 WTTC, Progress and Priorities 2005-06:

- Cerca de **10,6%** do PIB global, atingindo 4.745,7 biliões de US\$;
- Cerca de **8,3%** do emprego global, representando mais de 221 milhões de postos de trabalho;
- Cerca de **9,4%** de todo o capital investido, representado 918 biliões de US\$.

A actividade económica deste sector, foi gerada por mais de 763 milhões de chegadas internacionais de turistas (WTO, Tourism Highlights, 2005), em 2004, representando um incremento de 11% relativo ao ano anterior.

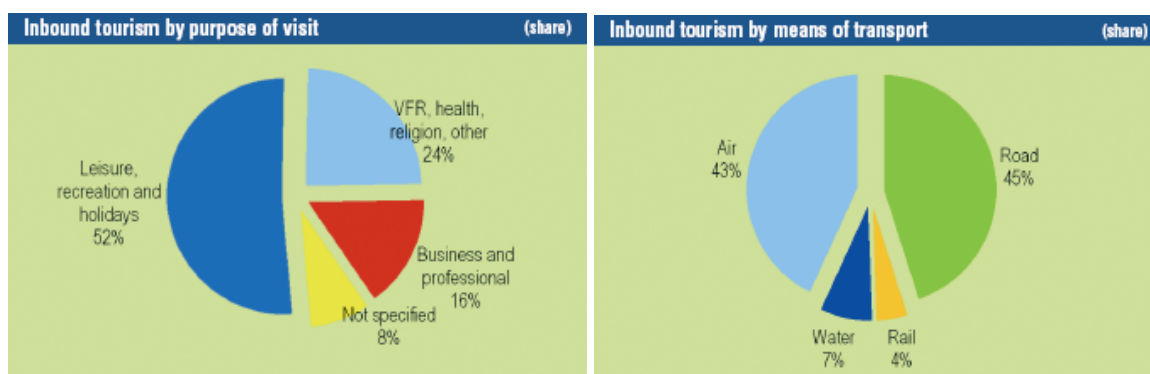


Figura 2.1 – Chegadas por Motivo Visita

Figura 2.2 – Chegadas por Meios

Do total de chegadas registadas, 52% foram motivadas por lazer, recreação e férias, seguidas de 24% correspondentes a visitas a familiares, motivos de saúde ou religiosos.

Já nos meios de transporte escolhidos e por serem dados globais, apresenta-se um equilíbrio entre a via aérea e a rodoviária, representando em conjunto cerca de 90% das chegadas de turistas internacionais.

2.2.1. Evolução

Os mais recentes e infelizes acontecimentos humanitários que o mundo presenciou, comprovam o impacto que variáveis externas como os factores políticos ou geoclimáticos, podem ter sobre a actividade turística em certas regiões do globo.

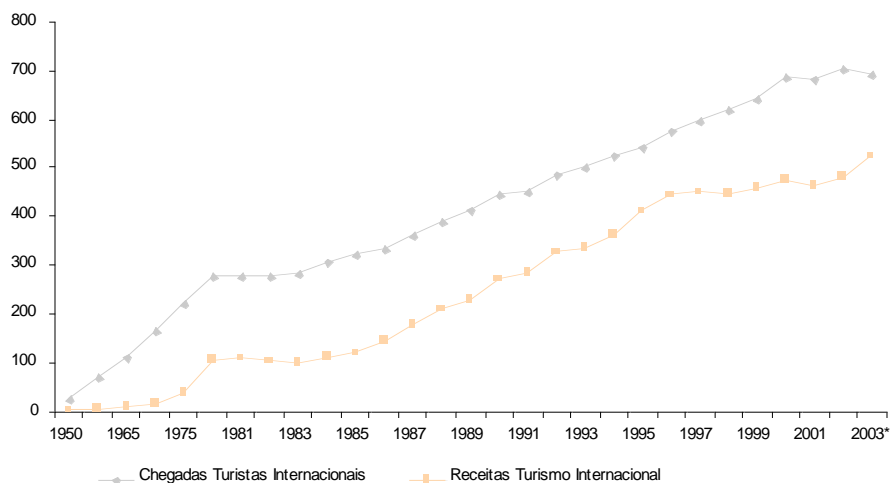


Figura 2.3 – Turismo Mundial. Fonte: WTO.

No entanto, como demonstra a figura 2.1, as chegadas de turistas internacionais, têm sido acompanhadas pelas receitas do turismo internacional, representando taxas médias de crescimento anual de, respectivamente, 6,8% e 11,3%.

2.2.2. Regiões Emissoras - Receptoras

O desenvolvimento socioeconómico dos países desenvolvidos, associado às necessidades de lazer das suas populações e a cada vez maior facilitação do Transporte Aéreo, tornam possíveis os registos históricos de mobilidade e turismo das últimas décadas.

Os dados da WTO, demonstram este crescimento ilustrando as contribuições dos mercados emissores.

Turismo Internacional - Regiões Emissoras

	Chegadas (milhões)							QM	Var. %
	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004*	2004*	2004*/03
Mundo	440.6	538.1	680.6	680.4	700.4	689.7	763.3	100	10.7
De:									
Europa	252.5	307.2	389.5	390.4	401.6	406.7	431.3	56.5	6.0
Ásia-Pacífico	59.8	88.8	118.3	120.6	130.8	120.6	151.2	19.8	25.4
Américas	99.3	108.0	130.7	125.5	121.2	115.4	127.7	16.7	10.6
Médio Oriente	8.5	10.4	15.2	16.3	18.3	17.9	22.0	2.9	22.8
África	9.9	13.0	16.5	16.5	17.6	17.6	18.2	2.4	3.8
ONE	10.6	10.8	10.5	11.2	10.9	11.5	12.9	1.7	

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2005

QM: Quota de mercado

ONE: Origem não especificada

* Dados estimados

Tabela 2.1 – Regiões Emissoras. WTO.

Fruto do seu enquadramento geopolítico e desenvolvimento socioeconómico a Europa contribui com quase 60% do peso total dos mercados emissores. São estas características que lhe conferem a sua posição, apesar do seu fraco crescimento comparativo de curto prazo, 6% (2004/2003).

Neste respeito foram as regiões Ásia-Pacífico e Médio Oriente que registaram os maiores crescimentos, com particular relevo para a primeira, que se instala à frente das Américas como segundo maior contribuinte para os mercados emissores.

O continente americano, decorrente dos efeitos psicológicos de Setembro de 2001, encontra a primeira quebra no seu crescimento nesse momento, invertendo a sua posição à região Ásia-Pacífico, que alavanca o seu crescimento no forte desenvolvimento que tem vindo a sentir.

Igualmente, quando avaliadas as regiões mundiais receptoras dos mercados emissores, de novo a Europa representa um contributo superior a 50%, reforçando a sua posição geopolítica, com emissão e recepção de turista em excesso de 400 milhões.

Turismo Internacional - Regiões Receptoras

	Chegadas Turistas Internacionais (milhões)							QM	Var. %
	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004*	2004*	04*/03
Mundo	441	538	681	680	700	690	763	100	10.7
Europa	264.8	309.3	384.1	383.8	394.0	396.6	416.4	54.5	5.0
Ásia-Pacífico	57.7	85.0	114.9	120.7	131.1	119.3	152.5	20.0	27.9
Américas	92.8	109.0	128.2	122.1	116.6	113.1	125.8	16.5	11.2
África	15.2	20.4	28.2	28.9	29.5	30.8	33.2	4.4	8.0
Médio Oriente	10.0	14.3	25.2	25.0	29.2	30.0	35.4	4.6	18.0

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2005

QM: Quota de mercado

DpC: Despesa per capita

* Dados estimados

Tabela 2.2 – Regiões Receptoras. WTO.

De forma paralela, o forte crescimento económico da região Ásia-Pacífico, reforça a sua posição geopolítica, registando um equilíbrio próximo da Europa, dos seus fluxos de emissão e recepção de turistas internacionais, fixando-se em 2004 em cerca de 150 milhões.

Considerando as chegadas de turistas internacionais, dos dez maiores destinos mundiais, seis encontram-se na Europa, dois nas Américas e os dois restantes na região Ásia-Pacífico, de onde se destaca a República Popular da China, reforçando o seu cada vez maior peso, agora à frente de destinos mundiais como a Itália.

Chegadas de Turistas Internacionais (milhões)							
			Var. %				QM
Série			2003	2004*	03/02	04*/03	2004*
Mundo			690	763	-1.5	10.7	100
1	França	TF	75.0	75.1	-2.6	0.1	9.8
2	Espanha	TF	51.8	53.6	-0.9	3.4	7.0
3	EUA	TF	41.2	46.1	-5.4	11.8	6.0
4	R PChina	TF	33.0	41.8	-10.4	26.7	5.5
5	Itália	TF	39.6	37.1	-0.5	-6.4	4.9
6	Reino Unido	VF	24.7	27.8	2.2	12.3	3.6
7	Hong Kong	VF	15.5	21.8	-6.2	40.4	2.9
8	México	TF	18.7	20.6	-5.1	10.5	2.7
9	Alemanha	TCE	18.4	20.1	2.4	9.5	2.6
10	Áustria	TCE	19.1	19.4	2.5	1.5	2.5
16	Portugal	TF	11.7	-	-	-	-

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2005

TF: Chegadas de turistas internacionais às fronteiras

VF: Chegadas de visitantes internacionais às fronteiras

TCE: Turistas internacionais em todos os tipos de estabelecimentos colectivos

Tabela 2.3 – Chegadas de Turistas Internacionais. WTO.

Deste ranking, apenas o Reino Unido se apresenta sobredimensionado por registar valores relativos ao total de visitantes por oposição ao total de turistas.

Em 2003, Portugal registava 16ª posição, com chegadas totais de turistas internacionais de cerca de 12 milhões.

2.2.3. Receitas

Na sequência da fig. 2.1, as receitas totais do turismo internacional mantém o seu forte crescimento, registando nos últimos anos apenas uma quebra, nos períodos de 2001 e 2002, quando avaliado em dólares norte americanos, recuperando em 2003, para níveis já superiores a 2000.

	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004*	Var. % Pcr 04*/03	Var. % Pco 04*/03
US\$	280	423	496	482	482	524	623	18.8	15.7
Euro	220	323	537	538	509	463	501	8.0	6.1

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2005

Pcr: Preços correntes

Pco: Preços constantes

* Dados estimados

Tabela 2.4 – Receitas Totais Turismo Internacional. WTO.

Quando analisados por regiões, os 623 biliões de US\$ de receitas mundiais do turismo internacional no ano de 2004, repartem-se pelo globo da seguinte forma:

Receitas do Turismo Internacional						
	04*/03	QM 2004	US\$ (biliões) 2004*	RPC 2004	€ (biliões) 2004*	RPC 2004*
Mundo	9.1	100	623	820	501	660
Europa	2.6	52.5	326.7	780	262.6	630
Ásia-Pacífico	24.7	20.1	125.0	820	100.5	660
Américas	11.1	21.1	131.7	1.050	105.9	840
África	5.3	2.9	18.3	550	14.7	440
Médio Oriente	21.9	3.4	21.0	590	16.9	480

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2005

RPC: Receita por chegada

* Dados estimados

Tabela 2.5 – Receitas por Região. WTO.

Compreensivelmente, a Europa mantém o seu peso de mais de 50%, seguida das regiões das Américas e Ásia-Pacífico. Novamente, é a região Ásia-Pacífico que regista

maior crescimento face ao ano anterior, equivalendo pela primeira vez o volume de receita da região Américas.

De um ponto de vista global e de acordo com os dados em análise, torna-se importante referir que o conjunto das regiões Europa, Américas e Ásia-Pacífico, representam, relativamente ao turismo internacional, mais de 90% das emissões de turistas, recepções de turistas e receitas do turismo.

De modo mais específico e recorrendo de novo ao *ranking* por países, revela-se na tabela seguintes, os 10 países com maiores receitas de turismo internacional.

Estes dados reflectem a capacidade do país de atrair despesa turística, seja pelo seu nível de vida, pelas atracções oferecidas ou pelo dimensão da estada média.

Receitas de Turismo Internacional (US\$ biliões)					
	2003	2004*	Var. %		QM
			03/02	04*/03	2004*
Mundo	524	623	0.2	12.7	100
1 EUA	64.3	74.5	-3.4	15.7	12.0
2 Espanha	39.6	45.2	4.4	3.8	7.3
3 França	36.6	40.8	-5.4	1.5	6.6
4 Itália	31.2	35.7	-2.1	3.8	5.7
5 Alemanha	23.1	27.7	0.4	8.9	4.4
6 Reino Unido	22.7	27.3	2.1	7.5	4.4
7 China	17.4	25.7	-14.6	47.9	4.1
8 Turquia	13.2	15.9	10.5	14.3	2.6
9 Áustria	14.0	15.4	3.8	0.4	2.5
10 Austrália	10.3	13.0	0.8	10.7	2.1

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2005

QM: Quota de mercado

* Dados estimados

Tabela 2.6 – Receitas por Países. WTO.

Assim e em paralelo com a tabela 2.3, desmente-se um mito habitual na investigação em turismo, que mais turistas ou chegadas, não implicam necessariamente, mais receitas turísticas.

Se, por um lado, o resultado da receita turística se prende com diversas variáveis, por outro lado, este dado revela, inequivocamente, a eficiência financeira do turismo de um país.

De igual modo, também pode ser avaliada a capacidade de despesa de um país em turismo internacional.

Em termos absolutos, a Alemanha, os EUA e o Reino Unido, destacam-se nas posições cimeiras das despesas em turismo internacional, representando em conjunto 30% da despesa total.

Top 10 - Despesa Turismo Internacional

				Var. %		QM	População	DpC
		2003	2004*	03/02	04*/03	2004*	(Milhões)	(US\$)
Mundo		524	623	0.2	12.7	100	6,373	98
1	Alemanha	64.7	71.0	3.0	-0.2	11.4	82	861
2	EUA	57.4	65.6	-2.2	14.3	10.5	293	224
3	Reino Unido	47.9	55.9	6.0	4.1	9.0	60	928
4	Japão	28.8	38.1	0.5	23.5	6.1	127	299
5	França	23.4	28.6	0.6	11.1	4.6	60	474
6	Itália	20.6	20.5	2.4	-9.4	3.3	58	354
7	Holanda	14.6	16.5	-5.5	3.0	2.7	16	1,014
8	Canadá	13.4	16.0	2.6	10.8	2.6	33	493
9	Rússia	12.9	15.7	11.7	14.7	2.5	144	109
10	China	15.2	—	-1.4	—	—	1,299	12

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2005

QM: Quota de mercado

DpC: Despesa per capita

* Dados estimados

Tabela 2.7 – Despesa Turismo Internacional. WTO.

Numa análise mais cuidada, revelam-se outros dados porventura ainda mais relevantes. Na perspectiva da despesa *per capita*, reveladora da propensão dos habitantes, a situação muda de configuração, surgindo agora a Holanda, com uma destacada capacidade de despesa turística por habitante, seguida do Reino Unido e da Alemanha. Nesta perspectiva, os EUA, representando o segundo lugar absoluto, remetem-se em termos per capita para um distante oitavo lugar, atrás de países como o Japão, França, Itália ou Canadá.

2.2.4. Horizonte 2020

Em face da evolução ilustrada no ponto 2.1.1 e perante a capacidade demonstrada de recuperação, a World Tourism Organization, WTO, no seu mais recente documento de avaliação do desenvolvimento do turismo mundial e de previsão de longo prazo – Tourism 2020 Vision - projecta para as próximas décadas um incremento dos actuais 703 milhões (chegadas internacionais de turistas), alcançando o valor histórico de 1 bilião de turistas no ano de 2010 e 1,6 biliões em 2020.

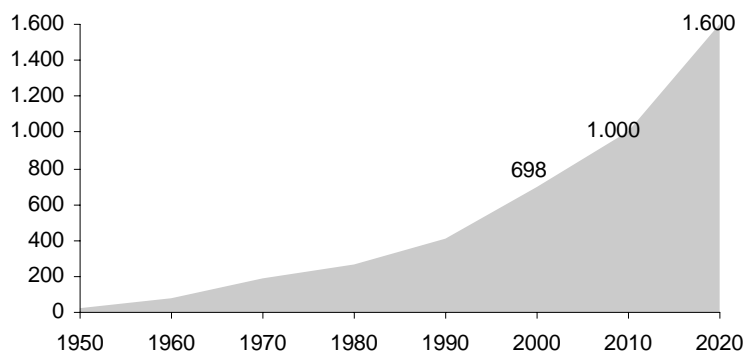


Figura 2.4 – Chegadas Internacionais, WTO.

Tradicionalmente, o volume total de chegadas reparte-se não equitativamente pela principais regiões do globo.

A Europa, pelo seu posicionamento geopolítico, representa a maior dimensão, seguida pelas Américas e pela região da Ásia-Pacífico.

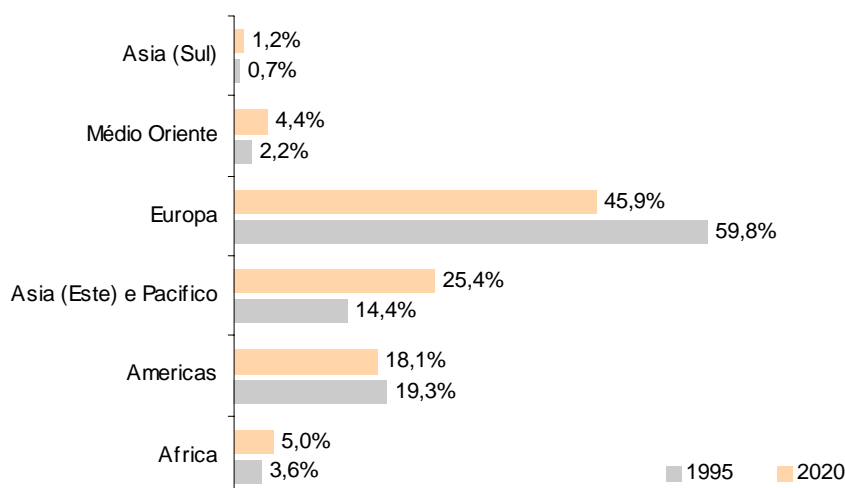


Figura 2.5 – Chegadas de Turistas Internacionais por Áreas Destino, WTO, 2001

Nesta previsão, a Europa regista mais de 50% do número de chegadas, dada a sua situação geopolítica e confluência de países com dimensões e fronteiras variadas, facilitando a circulação.

Em seguida, tradicionalmente, seguem-se as América do Norte e América do Sul, representando cerca de 20%, que também pela sua dimensão, mas no sentido inverso, favorecem o turismo interno, não contemplado por esta contabilização.

Finalmente dentro das grandes regiões globais, a associação Ásia-Pacífico representa cerca de 15% das chegadas totais.

As restantes regiões da Ásia, Médio Oriente e África, representam países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento, com potencial turístico em desenvolvimento, mas ainda sem expressão em termos globais.

Taxa Média de Crescimento Anual 1995-2020	
Mundo	4.1%
África	5.5%
Américas	3.9%
Ásia (Este) e Pacífico	6.5%
Europa	3.0%
Médio Oriente	7.1%
Ásia (Sul)	6.2%

Figura 2.6 - Taxa Média de Crescimento Anual

No entanto, e como ilustra a tabela anexa, é exactamente neste grupo de regiões onde se prevê o maior desenvolvimento para as duas próximas décadas.

De novo, são os factores políticos e económicos que contribuem para o impacto positivo no turismo. À medida que estas regiões garantem estabilidade política e económica, diminui o risco generalizado de investimento local, fomentando o turismo, como uma das alavancas ao desenvolvimento económico e social das regiões.

Por outro lado, com a democratização e circulação da informação, estas regiões tornam-se pólos de interesse do turista global, à medida que as culturas e civilizações locais se abrem à descoberta do mundo.

2.3. Enquadramento Europeu

De acordo com as estimativas da WTTC, a indústria do turismo na União Europeia, foi responsável, directa e indirectamente, pelo seguinte impacto económico em 2004 (WTTC, The 2004 Travel & Tourism Economic Research - Europe):

- Cerca de **11,5%** do PIB total, atingindo 1.422,2 biliões de US\$;
- Cerca de **12,9%** do emprego total, representando mais de 21,4 milhões de postos de trabalho;
- Cerca de **9,5%** de todo o capital investido, representado 222 biliões de US\$.

A actividade económica deste sector, foi gerada por mais de 416 milhões de chegadas internacionais de turistas (WTO, Tourism Highlights, Edição 2005), em 2004, representando um incremento de 5% relativo ao ano anterior.

No contexto da evolução dos últimos 50 anos do turismo na Europa, o seu crescimento influencia em mais 50% e acompanha o crescimento mundial apresentado, representando taxas de crescimento médio anual da chegadas de turistas internacionais de 6,4% e igual indicador das receitas do turismo internacional no valor de 11,7%.

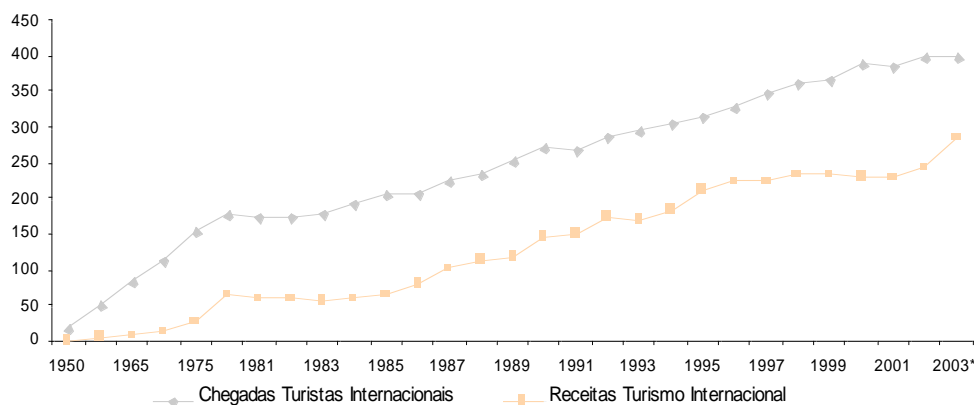


Figura 2.7 – Turismo na Europa. WTO.

2.3.1. Chegadas do Turismo Internacional

Com mais de 50% das chegadas internacionais mundiais, a Europa representa a maior região do mundo, contendo seis países do lote dos dez maiores destinos mundiais.

Este grupo restrito dos maiores destinos mundiais, representa em acumulado, 56% de todos os turistas internacionais da Europa, com os casos de França ou Espanha a representarem individualmente mais de 10%.

Portugal apresenta-se na 11^a posição, com uma quota de mercado de 2,8%, representando menos de doze milhões de turistas internacionais, apesar do decréscimo de chegadas relativo ao ano anterior.

Maiores Destinos - Chegadas de Turista Internacionais				
	Série	2004 (milhões)	Var. % 04*/03	QM 2004
Europa		416,362	5.0	100
França	TF	75,121	0.1	18.0
Espanha	TF	53,599	3.4	12.9
Itália	TF	37,071	-6.4	8.9
Reino Unido	VF	27,755	12.3	6.7
Alemanha	TCE	20,137	9.5	4.8
Áustria	TCE	19,373	1.5	4.7
Turquia	TF	16,826	26.1	4.0
Ucrânia	TF	15,629	24.9	3.8
Polónia	TF	14,29	4.2	3.4
Hungria	TF	12,212	–	2.9
Portugal	TF	11,617	-0.8	2.8
Holanda	TCE	9,646	5.1	2.3
Rússia	TF	9,164	7.5	2.2
Croácia	TCE	7,912	6.8	1.9
Irlanda	TF	6,982	3.2	1.7
Bélgica	TCE	6,71	0.3	1.6
Rep. Checa	TCE	6,061	19.4	1.5
Noruega	TCE	3,6	10.1	0.9
Suécia	TCE	3,003	1.7	0.7
Grécia	TF	–	–	–
Suíça	TCE	–	–	–

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2005

QM: Quota de mercado

* Dados estimados

Tabela 2.8 – Europa – Chegadas de Turistas Internacionais. WTO.

Comparando o crescimento com o ano de 2003, verifica-se claramente o interesse na Europa oriental, com a Turquia, Ucrânia e República Checa a registar crescimentos anuais de pelo menos 20%.

2.3.2. Receitas do Turismo Internacional

De igual modo, do lado das receitas, a Europa mantém o seu volume de mais de 50% das receitas totais do turismo internacional, registando ainda um assinalável aumento de 15% das mesmas, quando comparado com o ano de 2003.

Maiores Destinos - Receita de Turismo Internacional					
N.º			2004	Var. %	QM
			(milhões)	04*/03	2004
	Europa		326,693	15.5	100
1	Espanha	TF	45,248	14.1	13.9
2	França	TF	40,842	11.6	12.5
3	Itália	TF	35,656	14.1	10.9
4	Alemanha	TCE	27,657	19.7	8.5
5	Reino Unido	VF	27,299	20.5	8.4
6	Turquia	TF	15,888	20.3	4.9
7	Áustria	TCE	15,351	10.0	4.7
8	Grécia	TF	12,872	19.8	3.9
9	Suíça	TCE	10,413	13.4	3.2
10	Holanda	TCE	10,26	12.0	3.1
11	Bélgica	TCE	9,185	12.4	2.8
12	Portugal	TF	7,788	18.4	2.4
13	Croácia	TCE	7,074	10.9	2.2
14	Suécia	TCE	6,167	16.4	1.9
15	Polónia	TF	5,828	43.5	1.8
16	Rússia	TF	5,226	16.1	1.6
17	Irlanda	TF	4,279	10.5	1.3
18	Rep. Checa	TCE	4,169	17.2	1.3
19	Hungria	TF	4,061	0.4	1.2
20	Noruega	TCE	3,087	16.1	0.9
21	Ucrânia	TF	1,141	22.0	0.3

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2005.

QM: Quota de mercado

* Dados estimados

GMC: Gasto Médio por Chegada. Adaptado WTO.

Tabela 2.9 – Receitas do Turismo Internacional.

Por comparação com as chegadas de passageiros, o ranking inverte-se, entre o primeiro e segundo classificado e o quarto e quinto classificado, apresentando-se agora Espanha

como maior angariador de receita do turismo internacional, com uma quota de mercado total de 14%.

Na liderança das maiores taxas de crescimento anual, aparece a Polónia com um crescimento extraordinário de 43%, seguida das já referidas Ucrânia e Turquia, cujos aumentos resultam sem dúvida dos elevados incrementos de chegadas de turistas internacionais.

Portugal apresenta-se relativamente às receitas, na 12ª posição, com uma quota de mercado de 2,4%, mas com um forte crescimento das receitas relativamente ao ano de 2003.

2.3.3. Balança de Pagamentos

No enquadramento europeu é interessante avaliar o comportamento das balanças de pagamento dos vinte cinco países, à data de 2003, disponibilizado pelo Eurostat na sua edição 13/2005 sobre o Turismo na Europa Alargada.

Começa por ser revelado que a Europa, no global, apesar da angariação de 213 biliões de Euros em 2003, manteve, no entanto, um saldo negativo de 2,4 milhões de Euros no item turismo internacional da sua balança de pagamentos.

	EU-25	BE	CZ	DK	DE	EE	EL	ES	FR	IE	IT	CY	LV
Credit	213 350	7 204	3 148	4 665	20 318	595	9 624	36 870	32 347	3 409	27 612	1 776	197
Debit	215 840	10 712	1 708	5 896	57 187	284	2 247	7 316	20 713	4 188	18 214	557	293
Net	-2 490	-3 510	1 440	-1 231	-36 869	311	7 376	29 556	11 634	- 779	9 398	1 220	- 93
	LT	LU	HU	MT	NL	AT	PL	PT	SI	SK	FI	SE	UK
Credit	564	2 634	3 032	614	8 166	12 436	3 587	6 124	1 185	817	1 655	4 691	20 080
Debit	415	2 361	1 789	190	12 906	10 397	2 480	2 392	666	560	2 150	7 332	42 887
Net	148	273	1 243	424	-4 741	2 039	1 107	3 733	519	256	- 495	-2 638	-22 808

Tabela 2.10 - Balança de Pagamentos - EU 25, 2003. (M€)

Se se considerar o ponto de vista do saldo da balança de pagamentos do turismo, pressupondo a maximização da receita turística para um país, a Espanha surge na posição de liderança com cerca de 30 milhões de Euros de saldo positivo.

Em sentido inverso, surge a Alemanha, com um saldo negativo de aproximadamente 37 milhões de Euros. Este dado não deixa de ser denunciador, quer da sua capacidade de atracção de turismo internacional, 20 milhões de Euros, quer do elevado peso da população alemã com o maior rendimento disponível para turismo internacional.

O vislumbre de ambas as parcelas da balança de pagamentos não deixa de ser revelador e de impor algumas questões críticas.

Tomando em paralelo os casos de Espanha e França, o facto de Espanha registar o maior saldo positivo da Europa, resulta da maior capacidade de atracção de turismo internacional da Europa, 36,8 milhões, mas também do seu fraco volume de rendimento disponível para turismo internacional, 7,3 milhões.

Este facto torna-se mais visível num paralelismo com o caso Francês que apesar de ter uma capacidade de atracção comparável, 32,3 milhões, tem 20,7 milhões de rendimento disponível para turismo internacional, num volume cerca de três vezes superior ao Espanhol.

Ainda que fosse tomado em consideração o facto da população Espanhola representar dois terços da população Francesa, o seu dispêndio em turismo internacional ao nível de dois terços do rendimento Francês, resultaria em 13,8 milhões de Euros, ainda assim cerca do dobro do dispêndio Espanhol em turismo internacional.

Seguindo o mesmo perfil de raciocínio e adaptando dados da WTO, é possível tomar a liberdade de comparar as posições relativas dos países europeus, considerando as variáveis: chegadas, receitas e receita por chegada.

Europa - Ranking do Turismo Internacional - 2004*

N.º	Chegadas		Receita		RMC	
		(1000)	(1000)	N.º	2004	N.º
	Europa	416,362	326,693		785 €	
1	França	75,121	40,842	2	544 €	16
2	Espanha	53,599	45,248	1	844 €	10
3	Itália	37,071	35,656	3	962 €	6
4	Reino Unido	27,755	27,299	5	984 €	5
5	Alemanha	20,137	27,657	4	1.373 €	3
6	Áustria	19,373	15,351	7	792 €	11
7	Turquia	16,826	15,888	6	944 €	7
8	Ucrânia	15,629	1,141	21	73 €	19
9	Polónia	14,290	5,828	15	408 €	17
10	Hungria	12,212	4,061	19	333 €	18
11	Portugal	11,617	7,788	12	670 €	13

12	Holanda	9,646	10,260	10	1.064 €	4
13	Rússia	9,164	5,226	16	570 €	15
14	Croácia	7,912	7,074	13	894 €	8
15	Irlanda	6,982	4,279	17	613 €	14
16	Bélgica	6,710	9,185	11	1.369 €	2
17	Rep. Checa	6,061	4,169	18	688 €	12
18	Noruega	3,600	3,087	20	858 €	9
19	Suécia	3,003	6,167	14	2.054 €	1
20	Grécia	–	12,872	8	–	–
21	Suíça	–	10,413	9	–	–

Fonte: OMT - Tourism Highlights, Edição 2005.

* Dados estimados

RMC: Receita Média por Chegada. Adaptado pelo autor.

Tabela 2.11 – Europa – Ranking Turismo Internacional. Adaptado.

Neste sentido, verifica-se que receita média europeia por chegada de turista internacional, com referência a 2004, seria em teoria 785 Euros.

Tomando como exemplo o destino número um mundial, com 9,8% de quota do mercado mundial e 18% de quota do mercado europeu, a França é o destino número dois em termos de receita absoluta, mas desce para o décimo sexto lugar quando classificada a sua receita média por chegada, com 544 Euros de receita, 31% inferior à média europeia. Deduz-se portanto que o maior número de turistas ou geração de receita, não garantem ou sequer indicam, eficiência financeira da chegada turistas internacionais *per capita*.

O exemplo paradigmático da eficácia desta maximização vem da Suécia, que recebendo três milhões de turistas internacionais, gera 6 milhões de Euros de receita, obtendo mais de dois mil Euros de receita por turista.

Nesta óptica, Portugal ocupa a décima primeira posição no que respeita a chegadas, perdendo uma posição no que respeita a receita, reduzindo ainda mais uma posição no que respeita à receita por chegada. Independentemente dos lugares absolutos de *rankings*, regista uma receita por chegada internacional 670 Euros, 15% inferior à referência europeia.

Não obstante a existência de variáveis, explicatórias destas realidades, tais como a gestão do perfil do destino; o consequente perfil do turista que atrai ou mesmo o tempo

médio de permanência, o indicador de receita média por chegada não deixa de ser uma medida da eficiência turística de valiosa contribuição informativa.

2.3.4. Sector Turístico Europeu

Como referido no Capítulo 1, o produto e o sistema turístico são o resultado da interacção de inúmeros agentes e organizações, públicas e privadas, dificultando também por aqui a medida da sua eficiência.

O sector do turismo é por definição, estruturalmente atomizado, caracterizando-se pela existência de empresas de pequena dimensão, muitas vezes de cariz familiar.

O enquadramento europeu revela não ser excepção. O Senso de 1999 do Eurostat, apesar de algumas limitações estatísticas, contabilizou cerca de um milhão e trezentas mil empresas, das quais 93% foram de pequena e média dimensão com um a nove empregados.

Empresas do Sector Turístico - Dimensão (1999)				
EU (13)	Nº empregados			
	1-9	10-49	50-250	250+
Nº	1 179 554	82 441	7 228	523
%	92.89	6.5	0.57	0.04

Fonte: Eurostat, 2004.

Tabela 2.12 – Dimensão Europeia do Sector Turístico

No entanto, a distribuição relativa das classes por país individual difere bastante, nomeadamente no Reino Unido que detém individualmente um terço das 523 empresas com mais de duzentos e cinquenta colaboradores.

Perante este cenário, o mesmo relatório considera que a correlação entre dimensão e receita não deve ser generalizada, enunciando outros factores de competitividade do sector turístico como a inovação ou a criação de redes, cujas variáveis suporte deste raciocínio serão analisadas em maior detalhe no Capítulo 3.

Ponderados os vários subsectores do turismo, revela-se que praticamente metade do impacto económico do sector turístico dos Estados Membros é sentido no subsector restauração, onde também se incluem cafés, bares e *catering*.

Da restante metade, o segmento intermediário dos operadores turísticos e agências de viagens demonstra-se mais relevante do que o segmento hoteleiro, com respectivamente 29% e 22% da receita turística total.

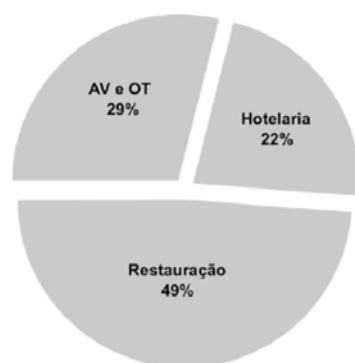


Figura 2.8 – Distribuição da Receita pelos subsectores do Turismo. Eurostat, 2000.

Não obstante este cenário global, na perspectiva individual de cada Estado Membro, o peso dos subsectores varia bastante.

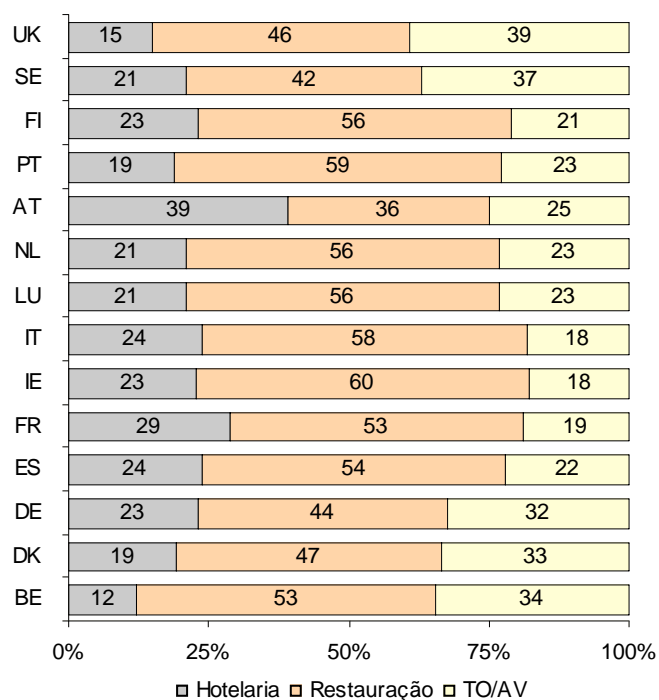


Figura 2.9 – Distribuição da Receita por Subsectores e Estados Membros. Eurostat, 2000.

Reforçada a imagem do maior relevo do sector restauração, ao analisar os resultados individuais, parecem revelar-se algumas orientações de acordo com o próprio perfil do país.

Tendencialmente o peso do subsector operador turístico e agente de viagens parece ser menor em países do sul da Europa como Portugal, Espanha, Itália, por oposição aos países geradores do norte da Europa como os países Escandinavos, a Bélgica, Alemanha ou o Reino Unido.

2.4. Enquadramento Português

De acordo com as estimativas da WTTC, a indústria do turismo em Portugal, seria responsável, directa e indirectamente, pelo seguinte impacto económico em 2005 (WTTC, The 2005 Travel & Tourism Economic Research - Portugal):

- Cerca de **17,3%** do PIB total, atingindo 32,3 biliões de US\$;
- Cerca de **20,2%** do emprego total, representando mais de 1 milhão de postos de trabalho;
- Cerca de **10,8%** de todo o capital investido, representado 5,2 biliões de US\$.

Adicionalmente, da análise de enquadramento levada a cabo neste Capítulo, Portugal

Maiores Destinos - Chegadas de Turista Internacionais

		2004	Var. %	QM
Série		(milhões)	04*/03	2004
Portugal	TF	11,617	-0.8	2.8

representa 2,8% das chegadas de turismo internacional do mercado europeu, e 2,4% das

Maiores Destinos - Receita de Turismo Internacional

			2004	Var. %	QM
Nº			(milhões)	04*/03	2004
12	Portugal	TF	7,788	18.4	2.4

receitas do turismo internacional europeu, classificando-se décimo segundo lugar.

Europa - Ranking do Turismo Internacional - 2004*

		Chegadas	Receita	RMC
--	--	----------	---------	-----

Nº	(1000)	(1000)	Nº	2004	Nº
11 Portugal	11,617	7,788	12	670 €	13

Finalmente, decresce uma posição no que respeita à receita média por chegada, valorizada em 2004 em 670 Euros, 15% inferior à média europeia e 21% inferior à vizinha Espanha.

2.4.1. Entradas de Visitantes e Turistas

Portugal recebeu em 2003, vinte e sete milhões de visitantes estrangeiros, um valor cerca de três vezes superior à população nacional. O maior contribuinte para este total, como seria de esperar é o segmento de visitantes de nacionalidade espanhola, correspondente a 75% do valor total, relembrando a existência de uma única fronteira terrestre.

ESTIMATIVA DE ENTRADAS GERAIS DE VISITANTES ESTRANGEIROS (Nacionalidade)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	%	Var. 03/02	CAGR 98/03
Alemanha	977.498	979.817	1.035.823	978.264	905.970	917.095	3,3%	1,2%	-1,3%
Áustria	60.510	61.623	60.950	60.158	59.287	61.050	0,2%	3,0%	0,2%
Bélgica	243.663	238.980	255.558	265.535	251.021	264.595	1,0%	5,4%	1,7%
Dinamarca	130.067	141.577	141.538	135.190	129.296	132.163	0,5%	2,2%	0,3%
Espanha	20.318.618	20.507.420	21.174.508	21.363.041	20.705.861	20.825.308	75,6%	0,6%	0,5%
Finlândia	72.801	79.286	78.030	75.428	75.888	81.285	0,3%	7,1%	2,2%
França	770.421	763.404	809.416	849.233	866.747	866.921	3,1%	0,0%	2,4%
Grécia	21.365	23.415	21.108	19.880	20.351	22.061	0,1%	8,4%	0,6%
Holanda	462.740	483.348	526.175	520.334	507.553	512.121	1,9%	0,9%	2,0%
Irlanda	111.808	130.211	127.861	130.886	138.042	146.897	0,5%	6,4%	5,6%
Itália	297.832	307.103	322.437	344.967	321.259	320.497	1,2%	-0,2%	1,5%
Luxemburgo	32.009	31.023	34.417	34.057	34.253	38.051	0,1%	11,1%	3,5%
Noruega	38.029	44.935	49.144	49.533	46.042	48.179	0,2%	4,6%	4,8%
Reino Unido	1.834.437	1.969.507	2.020.536	2.099.688	1.972.987	2.094.313	7,6%	6,1%	2,7%
Suécia	124.329	131.001	138.143	146.272	138.924	137.024	0,5%	-1,4%	2,0%
Suíça	107.320	107.556	115.851	117.644	111.644	113.115	0,4%	1,3%	1,1%
Canadá	93.902	99.635	111.638	113.307	103.205	108.458	0,4%	5,1%	2,9%
Brasil	120.043	106.710	126.904	119.847	118.226	120.483	0,4%	1,9%	0,1%
EUA	273.471	282.083	315.009	273.656	263.861	279.069	1,0%	5,8%	0,4%
Japão	46.656	44.471	47.998	45.274	48.176	45.460	0,2%	-5,6%	-0,5%
Outros	422.212	483.202	500.919	407.717	375.327	398.209	1,4%	6,1%	-1,2%
TOTAL	26.559.731	27.016.307	28.013.963	28.149.911	27.193.920	27.532.354	100%	1,2%	0,7%

Fonte: DGT

CAGR: Taxa Média de Crescimento Anual

Tabela 2.13 – Visitantes Estrangeiros por Nacionalidade. DGT, Entradas de Estrangeiros em Portugal, 2003.

Por ordem decrescente de importância, revelam-se mercados tradicionais portugueses, como o Reino Unido, Alemanha e França, respectivamente com 7,6%, 3,3% e 3,1% dos visitantes totais.

No período estatístico mais recente, novos mercados marcam o maior crescimento médio anual entre 1998 e 2003, como a Irlanda, Canadá, Finlândia ou Suécia.

ESTIMATIVA DE ENTRADAS DE TURISTAS (Nacionalidade)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	%	Var. 03/02	CAGR 98/03
Alemanha	988.825	1.010.223	951.887	908.625	851.596	848.339	7,2%	-0,4%	-3,0%
Áustria	60.100	55.217	63.570	63.448	58.073	61.539	0,5%	0,4	0,5%
Bélgica	244.229	240.594	262.153	270.998	262.253	271.078	2,3%	1,8	2,1%
Dinamarca	127.528	129.852	133.475	127.365	121.574	126.287	1,1%	-0,2	-0,2%
Espanha	5.244.812	5.321.318	5.614.969	5.668.903	5.396.310	5.431.288	46,4%	0,6	0,7%
Finlândia	69.982	81.250	74.670	72.474	74.671	78.686	0,7%	2	2,4%
França	790.431	778.571	842.716	875.855	844.905	843.762	7,2%	1,1	1,3%
Grécia	20.256	26.431	24.558	23.301	39.265	43.933	0,4%	13,8	16,7%
Holanda	439.972	487.165	499.470	494.603	482.613	479.271	4,1%	1,4	1,7%
Irlanda	102.735	136.784	124.374	127.483	138.397	142.964	1,2%	5,7	6,8%
Itália	247.539	312.671	277.197	297.279	367.185	333.809	2,9%	5,1	6,2%
Luxemburgo	36.906	35.939	34.572	34.333	37.497	39.219	0,3%	1	1,2%
Noruega	38.629	43.177	49.115	49.415	45.619	46.571	0,4%	3,2	3,8%
Reino Unido	1.750.044	1.868.057	1.892.080	1.976.870	1.858.177	1.873.999	16,0%	1,1	1,4%
Suécia	117.570	125.030	131.177	139.052	131.876	129.733	1,1%	1,7	2,0%
Suiça	155.265	138.295	149.823	151.776	139.092	137.383	1,2%	-2	-2,4%
Canadá	100.625	97.367	120.655	121.707	105.552	109.717	0,9%	1,5	1,7%
Brasil	134.717	94.937	145.663	140.129	112.096	118.246	1,0%	-2,2	-2,6%
EUA	273.529	261.338	297.674	274.412	246.199	252.581	2,2%	-1,3	-1,6%
Japão	42.417	42.536	42.595	40.053	43.964	40.055	0,3%	-1	-1,1%
Outros	308.862	345.244	364.287	309.119	287.317	298.768	2,6%	-0,6	-0,7%
TOTAL	11.294.973	11.631.996	12.096.680	12.167.200	11.644.231	11.707.228	100,0%	0,6	0,7%

Fonte: DGT

CAGR: Taxa Média de Crescimento

Anual

Tabela 2.14 – Turistas Estrangeiros por Nacionalidade. DGT, Entradas de Estrangeiros em Portugal, 2003.

Quando analisadas as entradas de turistas, que permanecem pelo menos uma noite, o cenário não regista grandes variações, mantendo-se suportado pelos mesmos mercados tradicionais, onde o mercado espanhol decresce alguma da sua importância, mantendo-se ainda como dominante, significando 46% do mercado português.

Não obstante, quando analisado o período completo, surgem fortes crescimentos de novos mercados com expressão habitualmente reduzida. Destes, importa realçar a Grécia que no prazo de seis anos duplicou a sua entrada de turistas e a Itália com cerca de mais cem mil turistas, por serem mercados potenciais concorrentes com o português.

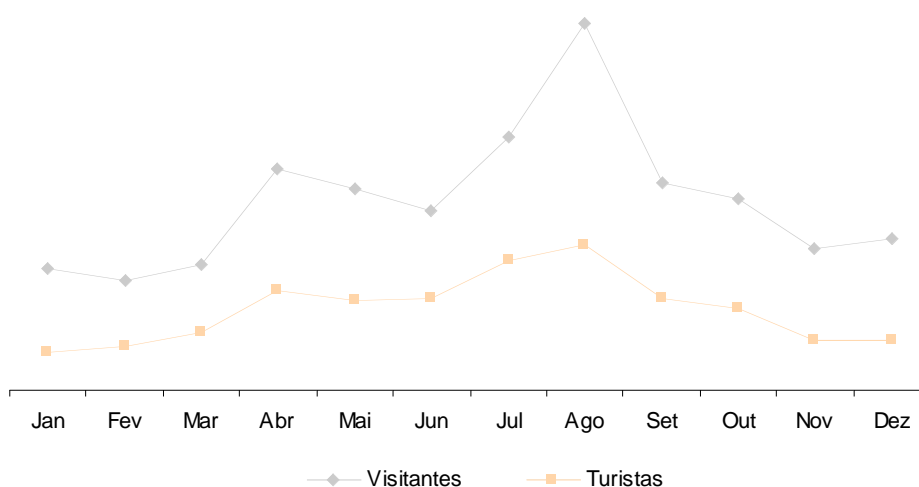


Figura 2.10 – Flutuação Anual das Entradas de Visitantes e Turistas. Adaptado DGT.

Concentrando os dados referentes a entradas visitantes e turistas ao longo do ano de 2003, a figura 2.10, demonstra que as duas linhas acompanham uma flutuação constante ao longo dos meses, com a excepção compreensível dos picos de Abril e Agosto, onde os 75% de visitantes espanhóis mostram o seu peso.

Dos dados revistos é possível criar o ranking dos 5 maiores mercados turísticos de Portugal e aprofundar o seu conhecimento adicionando outras variáveis informativas, como ilustrado na figura 2.11.

Desta tabela, facilmente se depreende a dependência do destino Portugal, relativo aos cinco maiores mercados, cujo peso acumulado ascende a 80%.

Igualmente, verifica-se a dependência extrema do mercado espanhol que individualmente representa praticamente metade do mercado total português, dado a que não será alheio o facto de Portugal ser o primeiro destino dos turistas de nacionalidade espanhola.

Top 5 Mercados Turísticos (Nacionalidade)

	2003	%	Rank PT	Dorm. Ger.	PMG	TS	IAS
Espanha	5.431.288	46,4%	1º	22,5%	3,1 dias	39,8%	2,3
Reino Unido	1.873.999	16,0%	7º	22,4%	9,4 dias	40,6%	3,6
Alemanha	848.339	7,2%	15º	11,2%	10,7 dias	37,9%	2,8
França	843.762	7,2%	9º	8,1%	9,7 dias	47,8%	4,7
Holanda	479.271	4,1%	10º	10,3%	13,3 dias	43,1%	6,8
	9.476.659	80,9%		74,5%	9,2 dias	41,8%	4,0
Outros	2.230.569	19,1%		25,5%			
Total	11.707.228	100,0%		100,0%	6,6 dias	41,5%	3,2

Fonte: DGT

PMG: Permanência Média Geral

TS : Taxa de Sazonalidade

IAS: Índice de Amplitude Sazonal

Tabela 2.15 – Avaliação dos 5 Maiores Mercados por Nacionalidade. Adaptado.

Exceptuando o mercado espanhol, o valor acumulado dos restantes maiores mercados é de 34%. No entanto, do ponto de vista do planeamento estratégico do destino Portugal, este volume apreciável é diminuído pelo grau de variabilidade que Portugal representa para estes mercados geradores, que o classificam em 7º, 9º, 10º ou 15º lugar na lista de destinos.

Do ponto de vista do alojamento, o volume dos turistas espanhóis e ingleses, representam o dobro do peso relativo dos restantes mercados nas dormidas gerais. Tal facto poderá estar relacionado com o motivo da sua visita, podendo os mercados alemão, francês e holandês, tender em maior escala para os segmentos segunda habitação ou visita a familiares e amigos que compreensivelmente causam menos impacto no sector do alojamento.

Por outro lado, as variáveis permanência média geral, taxa de sazonalidade e índice de amplitude sazonal, introduzem novas informações à leitura.

A permanência média geral distingue o turista espanhol, com uma permanência de 3,1 dias, por contraste com os turistas dos restantes mercados que permanecem de 9 a 13 dias, período este que se poderá considerar como normal, dado o efeito minimizador exercido pela curta distância do mercado espanhol.

De igual modo, da análise da taxa de sazonalidade se poderia depreender que os maiores mercados serão essencialmente idênticos por partilhar taxas de sazonalidade

comparáveis. Não obstante esta perspectiva, o índice de amplitude sazonal demonstra uma outra realidade, ao identificar os mercados francês e holandês com as maiores amplitudes sazonais, revelando assim o maior contributo destes mercados para a época de pico, por oposição aos restantes, cuja presença no destino é mais permanente ao longo do ano.

2.4.2. Motivos da Visita

Conhecidos os principais mercados, torna-se importante conhecer o motivo de origem da sua visita.

Motivo da Visita	%									
	1990	1992	1994	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Turismo	86,8	88,2	84,2	87,9	86,6	84,7	83,7	85,4	83,5	85
Negócios	6,8	6,2	8,5	7,1	8,4	10,6	11,6	11,4	13,8	11,4
Compras	1	0,3	1	0,4	0,5	0,7	0,8	0,1	0,1	0,1
VFR	1,9	2,6	3,4	2,8	1,7	2	2,6	2,2	1,5	1,7
Religião	0,3	0,3	0,5	0,2	0,3	0,4	0,1	0,3	0,1	0,2
Desporto	0,5	0,8	0,9	0,6	0,5	0,6	0,6	0,3	0,6	0,9
Outros Motivos	2,7	1,6	1,5	1	2	1	0,6	0,3	0,4	0,7
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: INE/DGT

VFR: Visitas a familiares e amigos.

Tabela 2.16 – Motivo da Visita

Tomando como base o período estatístico disponível, entre 1990 e 2003 que se pode considerar representativo, facilmente se conclui que os dois motivos essenciais das chegadas de turistas a Portugal, prendem-se com necessidades de turismo (lazer) e de negócios, representando em conjunto 96,4% do volume total de turistas.

No entanto, deste conjunto, é o segmento turismo que representa 85% das visitas, reafirmando inequivocamente a imagem externa de Portugal como um destino de turismo de lazer.

Não obstante, enquanto os restantes segmentos se têm comportado de modo estacionário, o segmento negócios revelou neste período um crescimento médio anual de 4%.

2.4.3. Receitas do Turismo

Segundo a WTO, Portugal deverá ter contabilizado no ano de 2004, 7.778 milhões de Euros de receitas do turismo internacional.

Adicionando os impactos directos e indirectos, esta organização previu para 2005 que o turismo total em Portugal representasse 17% do PIB, no valor de 32.3 biliões de US\$.

Analisando em maior detalhe a despesa média diária dos turistas, regista-se o seu forte crescimento no período em causa, de 50 Euros em 1990 para 119 Euros em 2003, o que corresponde a uma taxa de crescimento médio anual de 7%.

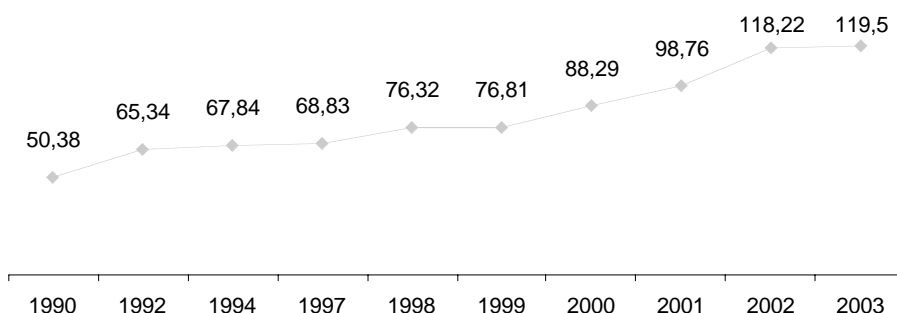


Figura 2.11 - Evolução da Despesa Média Diária por Turista. DGT (2003)

Pode ainda ser assinalada a relativa estabilidade deste indicador até 1998, seguido de um crescimento mais acelerado no período 1999-2003.

De outro ponto de vista, é visível que a despesa individual diária varia de acordo com os mercados emissores.

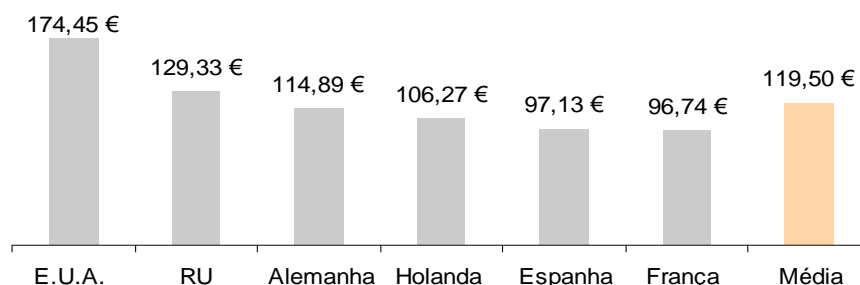


Figura 2.12 – Despesa Média Diária 2003. DGT (2003)

Neste caso é possível aferir a grande disparidade do turista norte-americano que regista o gasto mais elevado, mesmo perante outros mercados internacionais mais representativos para o mercado português. De facto, demarcado ao grupo dos cinco maiores mercados, o valor médio desceria para uns mais realistas 108,87 Euros, por excluir o impacto do mercado americano.

Finalmente, considerando os gastos médios diários dos turistas por NUTs II, representados na figura 2.13, é possível depreender o grau de atractividade e capacidade de geração de receita de cada região.

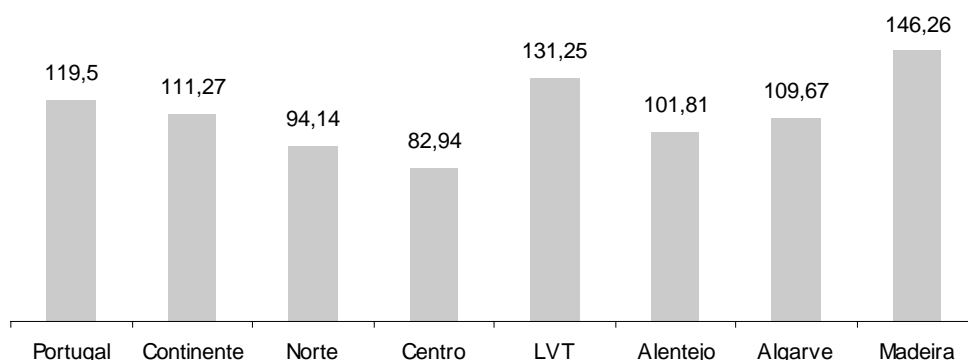


Figura 2.13 – Despesa Média Diária por Turista – NUTs II. DGT (2003)

Mantendo o valor médio geral conhecido, a região de Lisboa e Vale do Tejo e a Madeira, alcançam valores nitidamente superiores, como é o caso da Madeira com uma diferença positiva de 22%.

Em sentido inverso, é a região centro que apresenta o menor valor, tendencialmente pela sua menor atractividade ou inexistência de infra-estruturas.

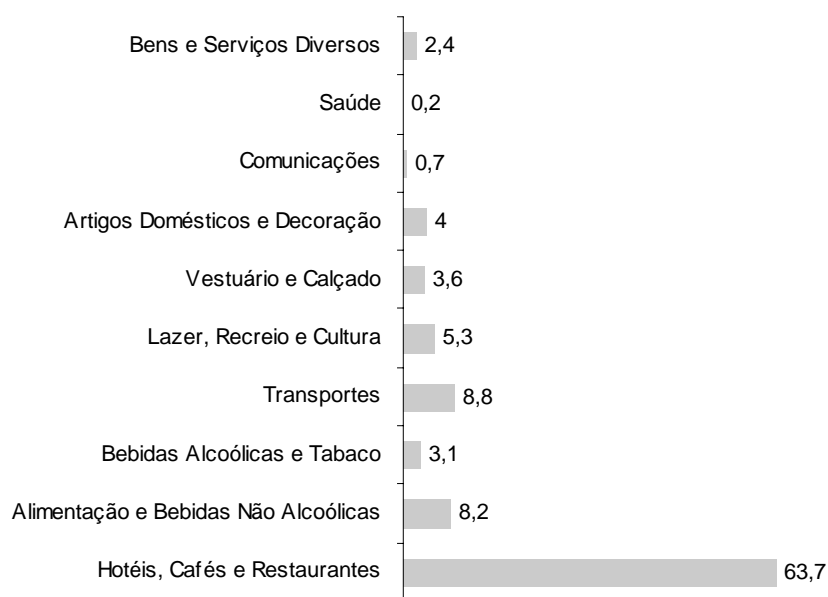


Figura 2.14 – Estrutura dos Gastos dos Turistas. DGT (2003)

No que respeita à estrutura da despesa turística, os dados apontam nitidamente para o esmagador peso dos sectores de alojamento, restauração e alimentação onde se fixam 71,9% da despesa que acumulada com o sector dos transportes, explicam 80,7% da despesa total.

2.4.4. Meio de Transporte

Na perspectiva global do sistema turístico, como referido no Capítulo 1, a análise da componente transporte revela-se de fulcral importância, pela sua potencial influência na disponibilidade, atractividade e competitividade de um destino.

No caso particular desta tese, a sua importância é exacerbada por ser a componente que se propõe ser avaliada no contexto do turismo em Portugal.

Meio Transporte	%									
	1990	1992	1994	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Automóvel	42,8	39,8	38,9	40,9	37,9	38,9	40,6	40,1	21,3	19,8
Autocarro	2,5	1,8	3,8	3,4	5,2	2,5	2,2	2,8	1,3	1,5
Comboio	9,3	5,7	5,1	2,4	3,1	3,1	1,3	1,6	1,5	1
Avião	43,7	50,1	51,1	51,7	52,6	54,4	53,4	54,1	74,6	77,1

Outros	1,7	2,6	1,1	1,6	1,2	1,1	2,5	1,4	1,3	0,6
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: INE/DGT

Tabela 2.17 – Meio de Transporte do Turista Internacional. DGT (2003)

Neste sentido e usando de novo o período 1990-2003, torna-se revelador o impacto do meio avião, como meio de transporte de eleição para o destino Portugal, transportando em 2003, 77% de todos os visitantes internacionais, seguido do automóvel com um peso de cerca de 20%.

Importa neste momento revelar uma nota metodológica da recolha destes dados, que se prende com a sua realização aos balcões dos meios de alojamento, essencialmente na hotelaria.

Não obstante ser conhecida uma correlação entre o alojamento e o meio de transporte usado, citada inclusivé pela fonte, os resultados encontrados permanecem indiscutíveis face ao seu revelador peso.

Adicionalmente, é o meio aéreo que regista o maior crescimento no período em análise, subindo de 43% para 77%, resultando numa taxa de crescimento médio anual de 5%.

É em face do conhecimento deste cenário de crescimento e do domínio do Transporte Aéreo como meio de transporte de eleição no âmbito do turismo que no seio do tema deste trabalho fará sentido aprofundar o impacto deste modo específico, previsto no Capítulo 4 e seguintes.

O reforço do modo aéreo como o modo de preferência a ser avaliado no decorrer desta tese, é ilustrado pela adaptação pelo autor das variáveis da tabela seguinte.

Mercados Emissores/Meio de Transporte/Gasto Médio Diário						%
Ranking 2003	1	2	3	4	5	
	Espanha	RU	Alemanha	França	Holanda	Total
	46,4%	16,0%	7,2%	7,2%	4,1%	80,9%
Meio de Transporte						
Automóvel	68,2	6,8	11,6	35,8	14,6	19,0
Autocarro	3,6	0,4	1,0	2,6	0,1	1,0
Comboio	1,1	0,3	1,0	1,7	1,1	1,0
Avião	25,9	91,9	85,5	59,6	84,1	77,0
Outros	1,2	0,6	0,9	0,3	0,1	0,0
Total	100	100	100	100	100	100
Gasto Médio Diário	97,13 €	129,33 €	114,89 €	96,74 €	106,27 €	119,50 €

INE/DGT

Tabela 2.18 – Mercados Emissores, Meio de Transporte e Gasto Médio Diário. DGT (2003)

O racional por detrás da tabela 2.18, procura validar estatisticamente a decisão do enquadramento escolhido no aprofundamento do tema na tese, desenvolvido nos capítulos seguintes.

Ao cruzar as variáveis “maiores mercados”, “gasto médio diário” e “meio de transporte”, reconhece-se claramente que dos cinco maiores mercados, com um peso representativo de 80% do total, o subconjunto Reino Unido, Alemanha e Holanda, regista não só a opção pelo modo aéreo em mais de 85%, como os maiores gastos médios diários por mercado. Ausentes deste subconjunto permanecem Espanha e França, para quem, compreensivelmente o modo de transporte rodoviário representa bastante interesse.

Excluindo o caso espanhol, por óbvias vantagens de proximidade, será possível afirmar que os mercados turísticos geradores, mais produtivos para Portugal, quer em termos de volume, quer em termos de gasto médio, optam pelo modo aéreo. Ainda que possa parecer um raciocínio dedutivo relativamente simples, esta conclusão é de crucial importância no ponto de vista do planeamento estratégico do turismo português, revestindo-se ainda de maior relevo, quando considerado a opção estratégica de esforço de redução da dependência de mercados tradicionais como Espanha ou Reino Unido. Esta temática, que personaliza o fulcro da presente tese, será alvo de estudo nos próximos capítulos.

2.5. Conclusão

Os dados estatísticos parecem não permitir contestação sobre a dimensão verdadeiramente global da indústria do turismo.

De facto, se existe alguma actividade económica que personifique a noção de globalidade mundial, será o turismo, pelo objectivo que o próprio encerra e por não existir local no planeta a que o mesmo não possa ser associado.

O seu contributo, em particular económico, coloca-o como actividade de excelência na geração de riqueza e captação de divisas internacionais, especialmente em países em vias de desenvolvimento ou em países com diminutos recursos industriais.

Na sua componente internacional, o continente Europeu, graças à sua disposição geopolítica concentra o maior peso do turismo internacional, em entradas de turistas

como em receita. No entanto a região Ásia-Pacífico, com particular relevo para a China, representa igual mosaico geopolítico e um desenvolvimento económico exponencial que a fará rivalizar com a Europa.

Enquanto actividade económica, ficou claramente demonstrado que em qualquer país ou região, a melhor medida da eficiência do seu turismo, não será a sua posição no ranking das chegadas, mas sim na receita do turismo *per capita*, nomeadamente face às preocupações dos seus impactos na sustentabilidade e capacidade de carga ilustradas no capítulo anterior.

Neste contexto e especificamente no caso português, onde o valor da receita individual é 15% inferior à média europeia, deduz-se a óbvia necessidade da sua optimização através do seu cuidado planeamento. Revela-se assim o tema do planeamento em turismo, alvo de análise do capítulo seguinte.

Capítulo 3 - Planeamento em Turismo

3.1. Introdução

Qualquer forma de desenvolvimento económico requer um cuidado planeamento, se se deseja atingir com sucesso os objectivos implícitos e explícitos deste desenvolvimento.

No caso do turismo, por se tratar de uma actividade multi-sectorial e implicar impactos económicos, sociais e ambientais, o seu desenvolvimento requer um planeamento cuidado e considerável, por forma a garantir o seu sucesso e sustentabilidade.

A própria caracterização do produto turístico, referida no Capítulo I, como um bem escasso, perecível e não armazenável - como uma cama de hotel ou um banco de avião, por não poderem voltar a serem vendidos, demonstram a necessidade do planeamento do turismo.

O objectivo da introdução deste tema no contexto da tese actual, não pretende aprofundar a discussão dos métodos e das perspectivas do planeamento em turismo. Pretende, pelo contrário e em complemento do Capítulo 1, identificar os seus principais componentes e objectivos, ilustrando através deste instrumento, a complexidade da visualização e interpretação geral do funcionamento do turismo, fazendo referência às interacções e influências que se referem ao tema da tese.

3.2. Necessidade de Planeamento em Turismo

O turismo é um tema genericamente perspectivado com simpatia, nomeadamente pela sua capacidade de beneficiar países e regiões, onde esta actividade é amiúde a maior fonte de criação de emprego e rendimento.

No entanto, a esta actividade, podem ser habitualmente atribuídos impactos negativos, nomeadamente no que respeita à destruição do ambiente, natural e social das comunidades locais.

Considerada por Vellas e Becherel (ver ponto 1.7), como inegavelmente um dos maiores fenómenos influenciadores do desenvolvimento económico e social da nossa sociedade, ao turismo, são habitualmente associados três tipos de impactos:

- Económico;

- Ambiental e
- Sociocultural.

Deixada totalmente à mercê dos interesses do sector privado, esta actividade seria demasiado focada numa perspectiva de curto-prazo, relativa a proveitos e custos. Por outro lado, deixada à mercê dos interesses do sector público, o desenvolvimento do turismo não atingiria, concerteza, um grau de evolução óptimo, do ponto de vista da maximização do seu impacto económico.

O planeamento do desenvolvimento do turismo, reflecte-se assim na própria complexidade da indústria, vislumbrando a necessidade de elevada coordenação dos interesses dos sectores públicos e privados. Também por esta complexidade, o planeamento do turismo afastou-se da versão rígida e única de um *masterplan*, para favorecer planos de desenvolvimento mais flexíveis e reactivos, mais consonantes com o sector.

Os impactos económicos do turismo para as comunidades receptoras podem ser muito significantes. Alguns destinos dependem literalmente do turismo para o seu rendimento, nomeadamente através da criação de emprego. O impacto económico do turismo tem ainda maior relevância à luz do generalizado conceito do multiplicador da despesa turística, em cujo contexto, o valor inicial da despesa é distribuído pela comunidade local em forma de salários e pagamentos, circulando posteriormente na compra de bens e serviços e aumentando assim o seu valor total. A capacidade de crescimento desta despesa inicial é quantificado como o multiplicador.

A análise desta temática implica dedicar algum tempo ao contributo alargado de Inskeep, tarefa que se inicia de seguida.

Segundo Inskeep (1991), no passado, a atitude genérica relativa ao planeamento do turismo, resumia-se a um processo simplista de encorajamento de abertura de novos hotéis, provisão de transportes para acesso e organização de algum tipo de campanha promocional.

Apesar de se reconhecer o seu mérito no desenvolvimento de pequenos hotéis ou resorts específicos, este planeamento não sistemático, não se adequa ao turismo de massas que se desenvolveu na segunda metade do Séc. XX, como rapidamente se concluiu, analisando determinadas regiões do Mediterrâneo ou das Caraíbas.

O desenvolvimento não planeado nestas regiões, acaba por se fazer pagar no médio prazo, com elevadas consequências sociais, ambientais e económicas.

Para melhor se compreender a importância do planeamento em turismo, torna-se elementar conhecer as razões do seu desenvolvimento. O maior propósito do desenvolvimento do turismo, referido por este autor, prende-se com o seu benefício económico, nomeadamente com a angariação de divisas estrangeiras, no caso do turismo internacional.

Do um ponto de vista público ou governamental, regista ainda o grande benefício da criação de emprego, angariação de impostos, desenvolvimento regional e catalizador de outras indústrias, como as pescas, a agricultura, a restauração ou a construção.

Do ponto de vista do investimento, ajuda ainda a justificar e a pagar, diversas infra-estruturas que também servem as comunidades em geral.

De modo a maximizar os benefícios do turismo e mitigar os seus potenciais impactos negativos o planeamento preciso e a gestão cuidada do turismo, revelam-se ferramentas fundamentais (Inskeep, 1991).

No início do desenvolvimento do turismo de massas, na segunda metade do Séc. XX, Plog, citado por Inskeep propôs que os destinos turísticos atravessavam ciclos baseados nos perfis de turistas que atraíam, sugerindo que todos os destinos turísticos encontrariam inevitavelmente uma fase de declínio. Inskeep discute que este não tem de necessariamente ser sempre o caso, argumentando que fruto do planeamento e da imaginação os anteriores destinos turísticos podem ser mantidos e em alguns casos revitalizados. De facto segundo o autor, as perspectivas de planeamento aplicadas actualmente visam a manutenção da vitalidade contínua dos novos destinos desenvolvidos. Também Haywood, referido pelo mesmo autor, aponta que a evolução dos destinos turísticos pode ser antecipada e que através de planeamento, de *marketing* e de instrumentos de gestão, o destino pode não atingir necessariamente o declínio.

Conclui Inskeep que a experiência tem mostrado que as comunidades, regiões e países beneficiam substancialmente do planeamento próprio do turismo. Considerando o actual contexto turístico de crescente concorrência e a necessidade imperativa de sustentabilidade dos recursos, os destinos com o desenvolvimento planeado do turismo serão os destinos de maior sucesso, do ponto de vista do alcance dos maiores níveis de satisfação turística e rendimento, com disrupções mínimas da economia, ambiente e sociedade locais.

3.3. Componentes do Desenvolvimento do Turismo

A compreensão básica do planeamento do turismo implica o conhecimento das componentes do desenvolvimento do turismo e do seu inter-relacionamento.

Das várias categorizações dos componentes disponíveis na literatura turística, Inskeep define o seu próprio conjunto sob o ponto de vista do planeamento em turismo. Assim de acordo com o autor, é possível a seguinte classificação:

- **Atrações e actividades** – todas as características naturais, culturais ou humanas capazes de gerar interesse de visita;
- **Alojamento** – hotéis, outros tipos de alojamento e serviços relacionados que permitem a pernoita dos turistas durante a sua visita;
- **Outros serviços e equipamentos** – diversidade de equipamentos e serviços necessários ao desenvolvimento do turismo, incluindo operadores turísticos, agentes de viagens, restaurantes, lojas, bancos e câmbios, serviços de informação turística, médicos, polícia, bombeiros ou serviços de emigração e alfândegas;
- **Transporte** – Todos os tipos de serviços e equipamentos de transporte pelos modos terrestre, aéreo ou marítimo, de acesso ao país, região ou destino, incluindo as suas redes internas de transportes;
- **Outras infra-estruturas** – Abastecimento de água, electricidade, esgotos, telecomunicações;
- **Elementos Institucionais** – Emprego, educação e formação, estratégias de *marketing* e promoção, estruturas organizacionais públicas e privadas, políticas de investimento público, legislação e regulamentação turística, programas e impactos económicos, ambientais e socioculturais.

O valor da conceptualização de Inskeep, ilustrada na figura anterior, revela-se não só na identificação das componentes do desenvolvimento do turismo, mas também no enquadramento em que este desenvolvimento ocorre.



Figura 3.1 – Componentes do Planeamento Turístico. Adaptado de Inskeep, 1991.

As componentes do desenvolvimento derivam do ambiente natural e socioeconómico, conjugando-se relativamente aos mercados domésticos e internacionais que o destino pretende servir. Estas componentes, são ainda enquadradas pelo uso dado pelos residentes a atracções; equipamentos; serviços e infra-estruturas.

No conceito de planeamento nacional e regional do turismo de Inskeep, surgem assim os serviços e equipamentos de transportes e infra-estruturas e a formulação de uma política de turismo, como elementos fulcrais a avaliar e de particular interesse para os objectivos propostos pela investigação em curso.

3.3.1. Serviços e Equipamentos de Transporte

No contexto do planeamento do turismo, as maiores considerações respeitantes a transportes prendem-se, em primeiro lugar, com o acesso ao país ou região de destino e em segundo lugar, com o sistema interno de transportes disponível e ainda, com a integração dos vários modos de transportes: terrestres, aéreos e marítimos. Apesar do acesso ao destino poder ser efectuado de vários modos, para viagens de longo curso, destinos remotos ou ilhas, o transporte por modo aéreo é tipicamente o principal modo de acesso.

Neste sentido, segundo Inskeep, a análise e avaliação dos serviços e infra-estruturas do Transporte Aéreo incluem habitualmente:

- Adequação de aeroportos, incluindo dimensão, *layout*, eficiência das operações, capacidade de processamento de passageiros e capacidades e níveis de manutenção de terminais e instalações;
- Capacidades de carga e níveis de manutenção de pistas;
- Determinação da origem, tipo e frequência dos voos processados, capacidade de processamento presentes e referência a problemas particulares como atrasos ou cancelamentos;
- Planos de desenvolvimento e melhorias de instalações e ainda previsões de expansão e ou redução de rotas, horários e capacidades de processamento de passageiros;
- Finalmente devem ainda ser examinados os registos de segurança dos aeroportos e das companhias que servem o destino ou a região.

Os modos de transporte ferroviário, marítimo e rodoviário, incluindo autocarros e outros transportes públicos, devem também ser avaliados em termos de disponibilidade, frequência, eficiência e manutenção, problemas particulares e planos de desenvolvimentos futuros.

O objectivo fulcral desta apreciação, para Inskeep, prende-se, independentemente do modo de transporte, com o enquadramento dos modos de acesso; com a localização dos principais mercados turísticos actuais e potenciais e com as correspondentes capacidades de processamento de passageiros dessas origens.

A análise dos custos de transporte, como por exemplo as tarifas aéreas, deve ser realizada no contexto dos custos associados ao transporte para outros destinos de distâncias comparáveis. Já no que concerne o acesso ao destino, devem ainda ser analisados, os custos, eficiência e disponibilidade de transportes terrestres, já que os pontos de acesso, habitualmente aeroportos, se localizam a alguma distância dos destinos imediatos dos turistas.

Ainda no acesso ao destino, no juízo da rede de transportes internos deve incluir-se a localização geográfica das suas componentes e características, podendo ainda incluir um sistema de graduação da qualidade de serviços dos vários componentes da rede. Este mapeamento estará claramente relacionado com as maiores atracções e áreas de desenvolvimento turístico e consequente acessibilidade.

3.3.2. Formulação da Política de Turismo

O processo de planeamento de Inskeep, reconhece como fundamental a formulação de uma Política de Turismo. Na sua perspectiva, uma Política de Turismo coerente e realista, cria as bases para o desenvolvimento e manutenção do turismo, revelando-se um elemento essencial do planeamento nacional ou regional do turismo.

Enquadrada na primeira fase de desenvolvimento do planeamento, a Política de Turismo é formulada de modo preliminar, com a avaliação de políticas alternativas e posteriormente concluída após teste da sua adequabilidade aos alcances dos objectivos de desenvolvimento do turismo e possibilidade de implementação. Num país ou região de grande dimensão, podem inclusive ser adoptadas diferentes políticas para diferentes áreas, enquadradas não obstante na política global pretendida para a área.

Os objectivos do desenvolvimento do turismo, são para o autor, uma das considerações essenciais da determinação da Política, revelando-se na expressão de como os objectivos serão atingidos.

Apesar do turismo internacional e também doméstico ser geralmente desenvolvido essencialmente pelo seu benefício económico, a política de turismo deve conter um número alargado de considerações de modo a permitir o seu desenvolvimento equilibrado. Deve ainda reflectir os planos e políticas de desenvolvimento previstos para o país, fazendo do turismo um sector integrado.

Uma vez que a determinação de uma política de turismo afecta a globalidade do país ou da região, afectando as comunidades e o equilíbrio dos impactos económicos, sociais e ambientais, deve ser o Estado a tomar uma posição de liderança na sua determinação. Não obstante este primado de primazia pública e comunitária, os direitos e interesses do sector privado devem ser devidamente considerados, através da sua envolvimento no processo de decisão, visando a criação de um enquadramento em que o sector privado possa eficazmente funcionar.

A discussão da intervenção e papel do Estado no turismo e em particular no seu desenvolvimento será retomado em maior detalhe no ponto 3.5 deste capítulo.

Apesar da Política de Turismo poder tomar diversas formas, dependendo, como referido, dos objectivos visados com o desenvolvimento do turismo, assim como dos recursos existentes ou dos macro-enquadramentos nacionais, ao nível económico, social e político, segundo Inskeep, alguns temas básicos devem ser determinados.

1. Papel do Estado

2. Turismo doméstico e internacional
3. Protecção ambiental, conservação cultural e desenvolvimento sustentado
4. Razões para desenvolver o turismo
5. Tipo de turismo a desenvolver
6. Extensão do desenvolvimento
7. Taxa de crescimento
8. Localização e estágios de desenvolvimento

Na discussão do planeamento do turismo, também a WTO (2001) propõe alguns elementos de análise na definição das políticas de turismo, como referido no seu mais recente seminário sobre Turismo e Transporte Aéreo, realizado no Funchal em 2001:

- A avaliação das consequências de políticas alternativas de Turismo e Transporte Aéreo, devem basear-se numa clara definição de objectivos
- Os objectivos económicos da política de turismo são fundamentais e envolvem o crescimento do rendimento nacional, emprego, balança cambial, desenvolvimento regional e angariação de impostos
- O papel da WTO no desenvolvimento do Standard Industrial de Classificação das Actividades Turísticas é de importância vital para a efectiva medida da contribuição do turismo para as economias nacionais
- O desenvolvimento do turismo é muitas vezes um caminho rápido para o crescimento económico e do emprego
- Nos países em vias de desenvolvimento, o turismo é frequentemente o maior ou o único meio de aumento das receitas cambiais, essenciais ao pagamento das importações
- As receitas de moeda estrangeira devem ser medidas em termos líquidos, depois de deduzidas as fugas das importações requeridas para satisfazer as necessidades turísticas
- Apesar de ser necessário mais estudos sobre as fugas das importações, os dados actuais mostram que as mesmas podem representar 56% da economia turística de uma pequena ilha ou 11% em países mais desenvolvidos, capazes de produzir a maioria dos bens desejados
- O turismo pode ser um método muito efectivo de desenvolvimento de políticas governamentais de desenvolvimento regional porque ao contrário de outras indústrias, o consumidor do turismo tem de se deslocar à área de produção
- O turismo pode ser uma importante fonte de impostos, no entanto, impostos demasiado altos podem ser detractores da procura e redutores da base de colecta

3.4. Sustentabilidade e Gestão Estratégica

Segundo Cooper (1999), o conceito de sustentabilidade, organizou-se nas últimas décadas do sec XX, como introduzido no Capítulo 1. O Relatório Brundtland da World Commission on Environment and Development, em 1987, define sustentabilidade, como simplesmente, satisfazer as necessidades do presente sem comprometer a capacidade de satisfação das necessidades de gerações futuras.

Mais tarde, em 1995, a indústria do turismo, representada pela WTO e WTTC, definiu na “Declaração do Rio para o Ambiente e Sustentabilidade”, uma série de princípios guia das acções da indústria para este fim.

Em síntese, o conceito de sustentabilidade obriga a uma visão de longo-prazo do turismo, em que o consumo actual do turismo não inviabiliza a capacidade da área destino de satisfazer futuros consumidores turísticos. Ou seja, implica um efeito de substituição dos interesses de curto-prazo de rápido crescimento e rentabilidade, por uma visão mais alargada no tempo e uma exploração mais responsável.

A operacionalização do planeamento sustentável do desenvolvimento dos destinos, assenta em dois conceitos chave:

- Capacidade de “carga”
- Planeamento estratégico.

O conceito de planeamento estratégico, enquanto instrumento da disciplina académica de Gestão, partilha os princípios base da noção de sustentabilidade, instrumentalizando-o do ponto de vista da gestão de organizações, através da eficiência, eficácia e visão de longo-prazo.

Este conceito de sustentabilidade, assim como a gestão estratégica, segundo Pender (2005), pouco amiúde se encontraram na frente do pensamento da actividade turística tradicional. Algumas razões óbvias justificam este facto, como a muito pequena dimensão geral das empresas turísticas, o seu cariz muitas vezes familiar e a falta de formação técnica específica associada à indústria ,

A estratégia corporativa é um tema novo associado ao turismo. Segundo Pender, sem estratégia, as organizações estão sujeitas à deriva estratégica e consequentemente falhar a monitorização e resposta às alterações do ambiente externo.

As organizações sem planeamento ou estratégia corporativa, tomam decisões *ad hoc* e tendem a ser reactivas e não proactivas relativamente aos eventos com que se deparam. Segundo Johnson e Scholes, citados por Pender, estratégia é a direcção e amplitude da organização no longo-prazo; alcança a vantagem competitiva da organização através da configuração dos recursos, num contexto de mudança, visando satisfazer as necessidades do mercado e alcançar as expectativas dos *stakeholders*.

No entanto, o exercício do planeamento estratégico no sector do turismo, implica lidar com algumas características intrínsecas do sector, como a atomização e pequena dimensão das empresas turísticas, muitas vezes familiares e também com a complexidade dos perfis das organizações, lucrativas, não lucrativas, instituições do sector público ou mesmo departamentos do Estado.

O exercício do planeamento estratégico numa organização, segue genericamente quatro etapas:

- I. Missão
- II. Análise Estratégica
- III. Definição
- IV. Implementação

O ciclo do planeamento estratégico referido apresenta-se como a perspectiva clássica de compreensão da estratégia. No entanto, o sucesso da estratégia depende da precisão das análises efectuadas e de alguma projecção de eventos futuros, de inerente variabilidade. Não obstante alguma contestação e desconhecimento sobre a aplicação prática do conceito de estratégia, num cenário turístico de competição global, a falta de pensamento e gestão estratégica, será porventura um luxo a que as organizações turísticas dificilmente se poderão dar.

3.5. Papel do Estado

Na sequência do pensamento de Inskeep, referido nos pontos 3.1 a 3.3, também Veal (1997) se refere ao planeamento em turismo, reiterando que todas as organizações, incluindo as da indústria do turismo e lazer, se dedicam à definição de Políticas, ao planeamento e à gestão de recursos, para atingir os seus objectivos.

Na sua perspectiva, considera Políticas, como a definição de princípios, intenções e compromissos de uma organização. Considera os Planos, como estratégias detalhadas de implementação das Políticas, de determinadas maneiras e durante determinado período de tempo e finalmente gestão, como o processo e as decisões de implementação das Políticas e Planos.

Refere ainda este autor que apesar do planeamento estar habitualmente associado à estrutura governamental local, regional ou nacional, esta actividade também é levada a cabo no sector privado. Não obstante este paralelismo, as organizações privadas estão apenas concentradas nas suas próprias actividades, esperando-se habitualmente da estrutura governamental a responsabilidade alargada do planeamento do enquadramento das actividades de muitas organizações públicas e privadas.

Também Holloway (1999), identifica como o turismo pode significar um parte importante da economia de uma nação, promovendo o desenvolvimento do emprego regional, contribuindo para a balança de pagamentos e estimulando o desenvolvimento económico geral. A falta do seu planeamento e controlo, pode no entanto criar massificados afluxos de visitantes, com consequências ambientais e sociais.

Na sua opinião, são estas questões económicas e sociais que quantificam o interesse do Estado no turismo. Quanto maior for a envolvimento de uma nação no turismo, seja na sua forma doméstica, *inbound* ou *outbound*, maior será o envolvimento directo ou indirecto do Estado na indústria.

O modo como cada Estado escolhe intervir no turismo, não depende do cumprimento de regras restritas, adaptando-se de acordo com variáveis específicas do seu contexto, como o seu sistema de Governo, a sua dependência do turismo ou o estágio de desenvolvimento deste sector ou da sua economia.

Apesar da sua variabilidade e da própria adequação da sua intervenção a determinado estágio de desenvolvimento, o papel do Estado no turismo, manifesta-se segundo Holloway nas seguintes actividades:

Planeamento e facilitação do turismo - apoios, financiamento
Supervisão e controlo de sectores da indústria
Posse directa ou operação de sectores da indústria
Promoção da nação e do turismo – interna, externa

Figura 3.2 – Papéis do Estado no Turismo. Holloway, Adaptado.

O sistema de Governo de um país reflete, deste modo, a forma e a extensão da intervenção do Estado no turismo. Num extremo da escala, as economias controladas centralmente detêm um controlo praticamente total, da definição de políticas e planeamento, à construção e operação dos equipamentos turísticos e promoção do turismo doméstico e internacional.

Segundo o autor, ao contrário de economias controladas como Cuba ou China, a maioria das nações baseiam-se em economias mistas em que o sector público e privado coexistem e colaboram no desenvolvimento do turismo, variando compreensivelmente o equilíbrio entre público e privado.

Os EUA são um claro exemplo desta realidade, com uma constituição federal e economia livre baseada no mercado, onde, por exemplo, a promoção internacional é da responsabilidade individual dos Estados ou de organizações privadas criadas para o efeito. A intervenção do Governo central limita-se à protecção da saúde e segurança dos cidadãos, nomeadamente através de regulação do controlo de tráfego aéreo e segurança do Transporte Aéreo.

O peso do turismo na Economia propencia a intervenção governamental, nomeadamente na através da sua estrutura. O turismo em Espanha é representado ao nível ministerial através do Ministério do Turismo, Transporte e Comunicações, enquanto por exemplo no Reino Unido a sua posição está associada a uma Secretaria de Estado do Ministério da Cultura, Media e Desporto. O caso Português, como é público, tem variado entre estas duas vertentes.

Outro elemento identificado por Holloway da representatividade do Estado no turismo é através dos serviços de suportes à actividade, habitualmente contidos no sector público, como evidenciado na figura seguinte.



Figura 3.3 – Serviços de Suporte do Sector Público. Holloway, 1999. Adaptado.

Na noção de sector público, a política pública é definida por Pender (2005) como o ponto fulcral da actividade governativa. Segundo este autor, a criação de Políticas Públicas, incluindo as políticas do turismo, é antes de mais uma actividade de cariz político.

As Políticas Públicas são influenciadas pelas características económicas, sociais e culturais das sociedades, bem como pelas estruturas formais do Governo ou outras características do seu sistema político.

As políticas económicas são assim uma consequência do ambiente político; dos valores e ideologias; da distribuição de poder; dos enquadramentos institucionais e dos processos de tomada de decisões, segundo os autores Hogwoord, Gunn, Hall e Jenkins, citados por Pender (2005).

Apesar das diferenças decorrentes dos elementos referidos gerarem assimetrias entre Governos ou regiões; Hall e Jenkins reconhecem semelhanças e tendências que permitem delinear as quatro maiores fases de desenvolvimento das políticas de turismo internacionais.

Fase	Características
1945-1955	Desmantelamento e reorganização de policia, alfândega, câmbios e regulamentação de saúde, na sequência da II GGM
1955-1970	Maior envolvimento do Estado no <i>marketing</i> do turismo visando o aumento do seu potencial de receita
1970-1985	Envolvimento do Estado na oferta de infra-estruturas turísticas e uso do turismo como ferramenta de desenvolvimento regional
1985 ao presente	Continuação de uso do turismo como ferramenta de desenvolvimento regional; incremento do foco em questões ambientais; redução do envolvimento directo do Estado na oferta de infra-estruturas para o turismo; maior ênfase no desenvolvimento de parcerias público-privadas e auto-regulação da indústria
Fim anos 90 ao presente	Em adição à fase anterior, assiste-se a uma fase de política de turismo internacional, marcada por regulamentação internacional e acordos relativamente a questões ambientais, trocas comerciais, investimento e movimentos de pessoas.

Tabela 3.1 – Políticas de Turismo Internacionais. Pender, 2005. Adaptado.

De acordo com a tabela anterior, revela-se de particular importância o incremento da participação directa do Governo no desenvolvimento regional, na regulamentação ambiental e no *marketing* do turismo.

Mais recentemente, notam os autores, assiste-se à redução da participação directa do Governo na provisão de infra-estruturas turísticas e paralelamente ao ênfase no desenvolvimento de parcerias público-privadas e na auto-regulação da indústria.

A discussão do papel e intervenção do Estado no turismo é complexa e reveladora de múltiplas perspectivas, algumas delas contraditórias.

Apesar da quase aceitação universal, por parte dos Governos dos benefícios do turismo, o mesmo é considerado como uma actividade do sector privado. Não obstante, citado por Pender, Smith (1989), considera que desde o nível internacional ao local, as agências e instituições governamentais tomam o turismo como uma panaceia para todos os males, particularmente como promessa eleitoral, enquanto instrumento de desenvolvimento local em áreas economicamente deprimidas e de elevado desemprego. Os Governos moldam o clima económico das indústrias; providenciam as infra-estruturas e a formação para o desenvolvimento do turismo; estabelecem o enquadramento regulamentar do desenvolvimento da actividade e participam activamente na sua promoção e *marketing*. Estas funções são essenciais e difíceis de afastar do Estado.

Como refere Wanhil (1987), também citado por Pender, "cada Governo deve ter uma política para o turismo, ao nível nacional como regional. A adopção de uma atitude de passividade e *laissez-faire*, convida ao confronto entre habitantes e visitantes, gerando atitudes negativas, maus modos e lobby anti-turismo."

Esta perspectiva do papel do Estado ilustrada por Pender, não afasta críticas de cepticismo e a avaliação da eficácia da intervenção do Estado e dos impactos das suas Políticas, referindo-se neste caso a Richter, especificamente para o contexto do turismo.

As questões a colocar, como fez Jenkins no contexto australiano, são sobre a análise dos interesses das autoridades governamentais e empresas públicas enquanto reflexo dos interesses australianos ou, por outras palavras, se a sua acção é em prol do interesse público.

Jeffries (2001), discorre também sobre o papel do Estado na política de turismo, sobre o papel do turismo enquanto instrumento político, assim como na associação do turismo à política de transportes, como se aprofundará oportunamente no capítulo seguinte. Segundo este autor é de consenço esmagador o facto de que o desenvolvimento de longo-prazo do turismo depende do forte envolvimento dos sectores público e privado. Referindo-se ao sector público, o envolvimento do Estado no turismo é quase homnipresente, pelo facto de qualquer acção sua – legislação, impostos, políticas, ter impactos na vida das comunidades e potencialmente na vida dos turistas, enquanto membros temporários das mesmas.

A visão mais profunda do papel do Estado, leva Pender a citar Hall & Jenkins, na concepção do mesmo como um conjunto de instituições políticas operacionalizadas sobre a sociedade civil, onde a noção de Estado contém todo o aparato através do qual o Governo exerce o seu poder.

Da diversidade das suas instituições são identificadas na figura seguinte as que têm relacionamento ou impacto no turismo.

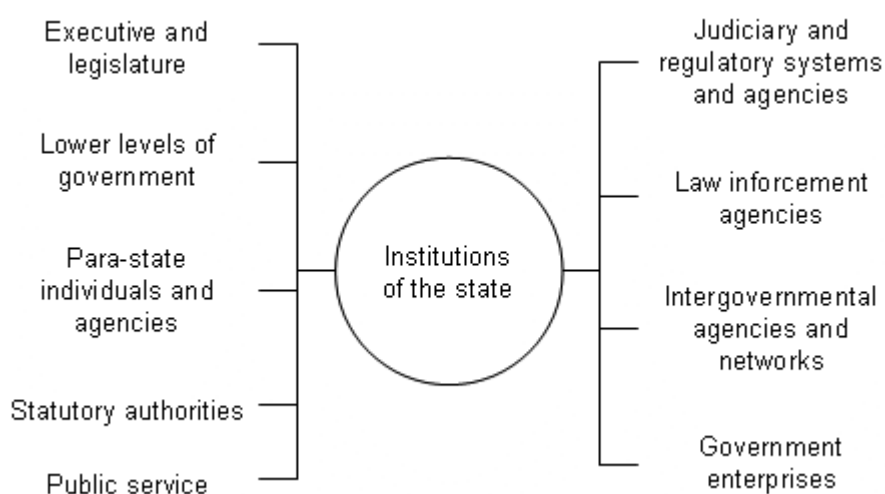


Figura 3.4 – Instituições do Estado relacionadas com o turismo. Hall & Jenkins, 2005.

O relacionamento do Estado com o turismo é também identificado por estes autores, de modo mais tático, por via do seu potencial apelo público, referindo que esta actividade tem a capacidade de, em resultado de decisões políticas, produzir resultados no curto-prazo, nomeadamente em termos de entradas de turistas ou geração de emprego.

Não obstante a discussão dos objectivos ou da forma de intervenção do Estado, diversos autores reconhecem ao Estado o desempenho de diversas funções. Na tabela seguinte, ilustram-se as funções do Estado nas visões de Davis e Hall, recolhidas da exploração do tema, por Pender.

Davis et al. (1993)	Hall (1994, 2000)
Produção e liderança	Coordenação
Protecção e suporte	Planeamento
Regulação	Legislação e regulação

Distribuição e arbitragem
Organização

Empreendimento
Estímulo
Turismo Social
Protecção de interesses

Tabela 3.2 – Funções do Estado. Vários autores.

Já para Elliot (1997), a intervenção do Estado no turismo é puramente Política, isto é, decorre do uso do seu poder via organizações públicas.

O principal instrumento usado pelo Governo é a gestão do sector público que inclui todos os tipos de organizações públicas, desde os departamentos nacionais do Governo, às pequenas unidades turísticas locais, geridas pelo poder local. O seu envolvimento político no turismo, revê-se, essencialmente na sua importância e visibilidade económica. Em períodos de declínio económico e industrial, recessão mundial, aumento do desemprego, aumento do fosso entre ricos e pobres, o turismo é uma das poucas indústrias em crescimento, como também consegue captar divisas que os Governos tanto precisam.

O turismo é mais do que uma indústria ou uma actividade económica; é um fenómeno universal de dinâmica social, alcançando a maioria dos países do globo e afectando a sua população. Desde os seus tempos históricos dos antigos impérios da China, Egipto ou Roma, o turismo sempre dependeu da administração pública,. O sector público era responsável pela manutenção da lei e da ordem, pela segurança, pelo funcionamento dos meios de troca comercial e ainda pela própria moeda, indispensável ao pagamento de serviços - componente essencial do turismo. Foi também sempre do Governo o desenvolvimento de estradas, pontes, portos e mais tarde aeroportos, indispensáveis à deslocação. Pode ainda ser considerado que foram os Governos estáveis que permitiram o desenvolvimento das sociedades modernas e consequentemente da riqueza das classes que podiam viajar, por motivos de lazer, religião ou saúde.

3.6. Destination Management

Os destinos são as localizações geográficas para onde os turistas viajam, representando segundo Cooper (1999), o ponto fulcral do sistema turístico e consequentemente um dos componentes chave do seu planeamento.

De acordo com Manente e Minghetti (2006), a sua escolha é determinada pela conjunção das motivações dos turistas e do fornecimento de infra-estruturas e recursos que satisfaçam a procura turística.

Nas décadas recentes, o desenvolvimento consistente do turismo, quer na componente procura quer na componente oferta, fez emergir o conceito de *destination management* ou gestão do destino.

O crescimento dos fluxos turísticos e o aumento da complexidade das motivações e necessidades dos turistas, por um lado, e a criação e organização da oferta, no sentido da satisfação das expectativas e especificidades dos segmentos, por outro, gera um forte impacto na evolução de um destino, assim como no seu ambiente global.

Neste contexto, segundo as autoras, a gestão e o *marketing* de um destino representam estratégias chave para destinos emergentes ou maduros, visando: a satisfação das exigências crescentes dos consumidores; garantindo impactos positivos e desenvolvimento sustentável, de modo a ganhar, reter ou recuperar uma posição de relevo no mercado turístico global.

O reconhecimento desta perspectiva e das suas oportunidades torna-se uma prioridade de organizações públicas, privadas e agentes do turismo aos níveis nacional, regional e local. No entanto, as organizações do turismo e nomeadamente as PME's não estão totalmente conscientes do seu papel na criação e gestão da oferta local ou da sua influência na imagem do destino e assim na experiência global do consumidor.

Mais gravosamente, não estão conscientes da sua coexistência num sistema ou mesmo da importância que as suas interações produzem na organização do produto e consequentemente na determinação da competitividade do destino no mercado.

A interpretação do destino como um sistema, é justificada por estas autoras pela presença de um leque abrangente de *stakeholders*, com interesses divergentes e diferentes percepções do destino, tornando complexa a tarefa de planeamento coerente do desenvolvimento do destino.

O seu foco central prende-se com a harmonização da variedade de interesses, percepções e efectivos produtos turísticos com a identidade do destino, de modo a criar um sistema integrado da oferta turística.

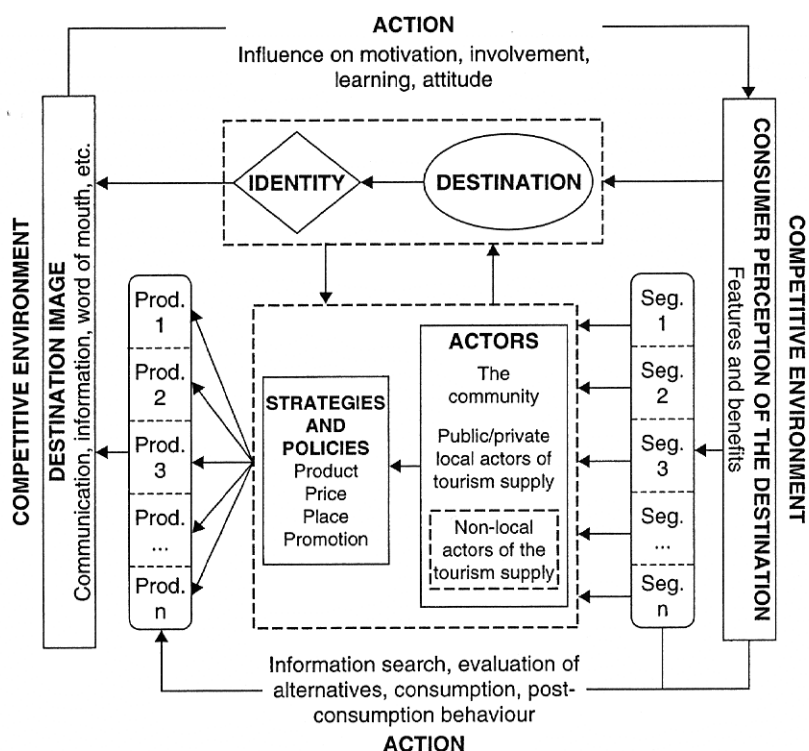


Figura 3.5 – O Destino como Sistema. Manente e Minghetti, 2006.

A percepção de um destino para o consumidor é influenciada pela imagem do destino, imagem estande que por sua vez deriva da conjunção entre a identidade do destino e as estratégias de *marketing* dos actores locais. Adicionalmente, o posicionamento relativo do destino no horizonte mental do turista é influenciado pelos *media*, por líderes de opinião ou pelo simples passa palavra ou referência pessoal.

Neste contexto, os operadores turísticos tentam revelar aos consumidores uma imagem única e abrangente, agindo sobre as suas motivações, envolvimento, aprendizagem e atitudes. Esta imagem completa deve ser coerente com o *mix* de produtos do destino, de modo a atrair diferentes segmentos de mercado.

Por seu lado, os turistas reais e potenciais podem influenciar o desenvolvimento do produto, através da pesquisa de informação, da avaliação de diferentes destinos e experiências e mormente da expressão das suas opiniões pós processo de consumo. No seio deste caleidoscópio de imagens e percepções, está o destino, com os seus recursos, actores locais e outros actores externos cujas estratégias e políticas afectam a gestão e o desenvolvimento do *mix* do produto destino.

Também Cooper (1999), reconhece a interpretação do destino como um sistema, reforçando-o como o foco final do turismo, cujas dinâmicas devem ser compreendidas para valorização do seu planeamento.

As suas noções de infra-estrutura e superestrutura podem ser perspectivas alternativas de identificação dos componentes de um destino, revelando o seu interesse no desenvolvimento futuro do tema da tese.

A noção de infra-estrutura contém todas as formas de construção, no solo ou no subsolo, necessárias a uma zona habitada e com extensa comunicação com o mundo exterior, como base para a actividade turística na área. A infra-estrutura é indispensável às áreas destino e caracteriza-se essencialmente por transporte – estradas, caminhos de ferro, aeroportos, parques de estacionamento; utilidades – água, electricidade, comunicações e outros serviços como autoridades, segurança ou cuidados de saúde.

Facilmente se depreende que a inexistência ou fraca qualidade da infra-estrutura, com deficiências, por exemplo no abastecimento de água, transporte ou segurança, limita grandemente o desenvolvimento do turismo. As infraestruturas são normalmente tratadas como investimento público, desconsiderando o retorno do seu investimento.

Por outro lado, as superestruturas estão associadas habitualmente ao sector privado, constituindo os elementos geradores de receita no destino. Incluem o alojamento, restauração, atracções e outros serviços, que para além dos recursos naturais, são o motivos da visita ao destino.

3.6.1. O Destino Portugal

Como notado nos capítulos anteriores, o que se hoje se denomina turismo, enquanto motivação humana, estará tão intrinsecamente incorporada na motivação humana como a sua necessidade de mobilidade e transporte.

Apesar da grande distância histórica a que se consegue fazer recuar ambos os temas, revelar-se-á inexequível classificar se o turismo gerou a necessidade de transporte ou se foi a existência de transporte que iniciou o turismo. Manifestamente mais importante que a discussão teórica é o reconhecimento de que a profunda intersecção entre as duas actividades e o efeito catalisador que cada uma gera sobre a outra, serão, sobejamente meritórios da análise proposta nesta tese.

No caso particular de Portugal, a sua localização geográfica no extremo sudoeste do continente europeu, dita, por um lado, a sua vocação atlântica e como consequência, uma única fronteira terrestre com o país vizinho Espanha.

Esta fronteira, totalmente desprovida de acidentes geográficos, generaliza o acesso terrestre e dita, naturalmente, não só Espanha como o seu maior mercado turístico gerador, como também o modo de transporte rodoviário enquanto via de comunicação de eleição desta movimentação.

Não obstante a representatividade inultrapassável deste mercado natural, a própria característica de mercado natural, garante-lhe benefícios de custo e proximidade, que não o elege com fiel representante do que poderia ser considerado um mercado turístico emissor típico ou mesmo potencial, para quem Portugal seria um, entre vários destinos genéricos concorrentes.

Por esta razão, numa lógica de independência do seu mercado natural, vislumbra-se imperativo o papel do transporte por modo aéreo na cuidada e precisa gestão do destino Portugal.

3.7. Conclusão

A indústria turística é frequentemente citada como um atractivo agente de desenvolvimento ou revitalização, angariando emprego e moeda estrangeira para um destino ou nação.

No entanto, o grau de contributo potencial para o desenvolvimento socio-económico mais alargado de um destino, depende essencialmente da natureza do contexto em que se encontra o destino e ainda das decisões de gestão tomadas pelos responsáveis da indústria, públicos e privados e pelo Governo local. O desenvolvimento global de um destino implica uma complexidade de considerações económicas, sociais, morais, étnicas e ambientais, que genericamente se enquadram no conceito de sustentabilidade e se traduzem formalmente por meio da formulação de Políticas.

Assim se compreende que não pode ser atribuído ao turismo, como a qualquer outra indústria, a responsabilidade única deste desenvolvimento global. Adicionalmente, o turismo é uma indústria motivada pelo lucro, onde, frequentemente, as decisões de gestão mais sensatas podem não contribuir em grande escala para o desenvolvimento global do destino.

A complexidade do funcionamento do turismo, com vista à optimização do seu potencial global, revela a necessidade uma intervenção conjunta onde, com condição inerente, é patente o papel do Estado. Só associadamente é possível gerar o tipo de “boa vontade”

que permita congrega o conjunto de interesses distintos da indústria, comunidade e Governo locais.

Só dentro do enquadramento da sustentabilidade e através de uma forte colaboração entre Governo, comunidade e indústria turística, poderá o planeamento do turismo fazer parte de uma estratégia com vista à maximização dos benefícios de desenvolvimento do destino. Neste horizonte, deve estar incluído o binómio turismo-transporte.

Capítulo 4 - Turismo e Transporte

4.1. Introdução

Os Capítulos I e II procuraram introduzir os conceitos fundamentais associados ao turismo e ilustrar as diferentes escalas de percepção do turismo, no âmbito do seu elevado significado como indústria global.

Nessa análise foi por diversas vezes possível identificar a associação inerente do turismo e transporte. Esta intersecção fundamental será alvo de detalhada análise ao longo de dois capítulos, ilustrada através das perspectiva de vários autores.

4.2. A Componente Transporte no Sistema Turístico

Como ilustrado no Capítulo 1, o sistema proposto por Leiper em 1979 - tradicionalmente usado pela sua facilidade de compreensão e popularidade, é genericamente aceite como a representação do sistema básico do turismo.

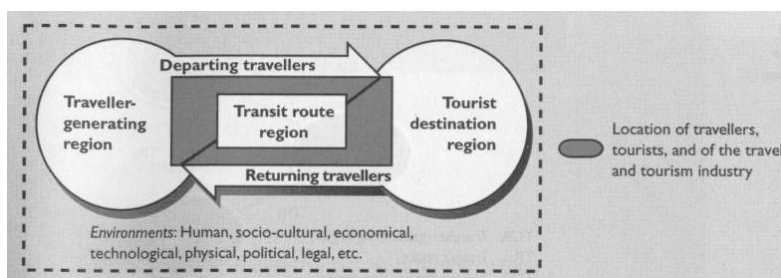


Figura 4.1 – Sistema Turístico.

O funcionamento desta plataforma de interpretação, baseia-se em três componentes fundamentais: os turistas; os elementos geográficos e a indústria do turismo.

Como indústria do turismo, entende-se o grupo de organizações e actividades envolvidas na existência do produto turístico. Neste sentido, numa perspectiva geográfica, podemos, por exemplo, identificar as agências de viagem e operadores tendencialmente relacionados com as regiões geradoras; os sectores de acomodação e atracções

agregados às áreas-destino e finalmente o sector dos transportes associado essencialmente às regiões de trânsito.

Também na perspectiva do produto turístico de Holloway (1999), claramente se depreende que o *output* “produto turístico” resulta da composição dos produtos ou serviços disponibilizados por três sectores base fundamentais:

- Transporte,
- Acomodação,
- Atracções.

Independentemente da óptica escolhida, claramente se depreende o papel fulcral da componente transporte em qualquer interpretação do turismo, como o elemento fundamental da ligação entre procura-oferta ou origem-destino. De facto, segundo Lumsdon e Page (2004) o significado do transporte como uma componente integral do sistema turístico tem sido objecto de discussão na literatura do turismo desde a década de setenta, citando autores como Chew ou Lundgreen e mais recentemente por autores como Weatcroft, Page ou Debbage.

A noção de sistema turístico é visto pela maioria dos autores de modo holístico, pela sua macro abrangência, permitindo de igual modo, a sua categorização em sub-sistemas.

Esta dualidade é comprovada, por um lado por Leiper (1990) ao analisar o sistema de atracção do turismo em si mesmo e na sua relação com o elemento transporte, e por outro, por Page (1999) na discussão do seu sistema turismo-transporte.

Ambos os autores revelam as estruturas e os processos que caracterizam estes sub-sistemas, explicando a sua integração no sistema turístico completo, nomeadamente no que diz respeito à componente ou subgrupo transporte.

4.3. Impactos Bilaterais: Turismo e Transporte

Os transportes são uma componente fundamental do turismo.

Representam a ligação essencial entre as áreas geradoras do turismo e os destinos. Uma vez no destino, são a rede que permite a mobilidade de turista e residentes. Segundo Graham (2006), a sua dualidade é tão complexa que para além de ligação funcional entre regiões, pode ainda ser o motivo fundamental para o turismo quando se

trata por exemplo de um cruzeiro no mediterrâneo ou uma viagem num comboio a vapor. Internacionalmente, em termos académicos é frequente a referência à indústria do turismo como *Travel & Tourism Industry* como reconhecimento da grande complementaridade das disciplinas de transporte e turismo, fomentando inclusivamente o seu estudo associado.

Como refere Prideaux (2004), a acessibilidade – definida pelas infra-estruturas e serviços de transporte disponíveis - é uma condição fundamental para o desenvolvimento de qualquer destino. Diametralmente, a indústria dos transportes pode ser um grande beneficiário do turismo, pelos passageiros adicionais gerados. De modo a potenciar esta relação bi-unívoca, estas ligações devem ser totalmente reconhecidas. Por exemplo, os benefícios económicos potenciais, decorrentes do aumento do turismo devem ser tomados em consideração quando se desenvolvem políticas de Transporte Aéreo ou expansões de infra-estruturas de transportes como os aeroportos.

No contexto de uma política ou de um planeamento, existe potencial de conflito se forem estabelecidas metas e objectivos cruzados. Este caso é mais facilmente ilustrável em países menos desenvolvidos, onde podem existir políticas de Transporte Aéreo desenhadas para proteger os interesses comerciais e financeiros de companhias aéreas nacionais, correndo um maior risco de limitar o crescimento do turismo. Também Wheatcroft (1994) reconhece grande potencial de conflito, quando os Governos definem e perseguem os seus objectivos nacionais, sem intersecção dos diferentes sectores da indústria do turismo.

De igual modo, Cooper (1998), identifica o papel fundamental do transporte no turismo, caracterizando o desenvolvimento desta relação como um dilema do tipo “ovo-galinha”. Por um lado, o acesso aos mercados geradores e a provisão de adequadas infra-estruturas de transporte, são um dos maiores pré-requisitos para o desenvolvimento de qualquer destino. Por outro lado, o crescimento da procura turística estimula o rápido desenvolvimento do transporte, pela pressão de milhões de turistas que exigem ser transportados com segurança, rapidez, comodidade e a um preço competitivo. A importância da componente transporte é reconhecida por Cooper, inclusive pelo seu contributo para a variável custo, já que esta, pode representar cerca de 55% do valor total de um pacote turístico para um destino de médio-curso e uma proporção ainda maior em destinos de longo-curso.

Este e outros autores são objecto de visita neste Capítulo, como aprofundamento de perspectivas específicas sobre os impactos bilaterais e a intersecção dos temas turismo e transporte.

4.4. Diversidade de Modos

Para Cooper (1999), a interpretação mais abrangente do “produto turístico”, inclui tudo o que o turista usufrui no destino, assim como quando em trânsito nos percursos de deslocação para e retorno do destino. Neste sentido, no planeamento e desenvolvimento do produto turístico, torna-se obrigatório incorporar a componente transporte, reconhecendo os modos de transporte disponíveis, quer no acesso ao destino, como no que respeita à mobilidade no destino.

Na sua opinião, a escolha dos modos de transporte, na percepção do turista, será afectada pelo menos pelas seguintes variáveis:

- Distância e consumo de tempo;
- Sofisticação e conforto;
- Segurança e utilidade;
- Localização geográfica e grau de isolamento;
- Diversidade de serviços oferecidos;
- Preços comparativos dos serviços oferecidos, e
- Grau de concorrência entre serviços.

Segundo este autor, paralelamente a estas variáveis, a motivação ou o perfil do turista, são os maiores elementos decisórios na escolha dos modos de transporte. Neste sentido, tipifica na tabela seguinte, motivações generalistas de segmentos turísticos, associando o que seria a sua escolha tipo, por modo de transporte e por tipo de produto turístico consumido.

A cada vez maior sofisticação e diversidade de motivos e interesses dos turistas, resultando na dificuldade aumentada da sua segmentação, é patente neste exercício de Cooper.

Modo	Rodoviário		Aéreo		Marítimo		Ferrovário
Visitante	Carro	Autocarro	Regular	Charter	Ferry	Cruzeiro	
Lazer – TI	RAC Fly-drive	Autocarro	Longo-curso City-break Pacotes	Pacotes médio-curso	Pacotes ferry	Volta ao mundo Caraibas	Orient Express
Lazer – IND	Touring carro particular	Autocarro regular	Backpackers	Só voo	Carro particular		Tarifa aberta
Negócios e conferências	Carro empresa	Autocarro luxo	Tarifa full- flex		Hovercraft		TGV
VFR	Carro particular	Autocarro regular	Tarifa mais barata		Carro particular		Tarifa excursão
Special ex: religião	RAC Carro particular	Autocarro aluguer	Tarifa barata ou flex	Tarifa grupo			Tarifa grupo
Visitantes, excursão	Carro particular	Autocarro regular	Tarifa excursão	Voos especiais	Excursão carro- autocarro	Cruzeiro diário local	Tarifa excursão diária

Tabela 4.1 – Transporte-Visitante- Produto Turístico. Adaptado de Cooper, 1998.

O cliente do modo cruzeiro-marítimo, por exemplo, será de um de dois segmentos muito específicos. O primeiro, basear-se-á numa motivação de lazer com “tudo incluído”, escolhendo tipicamente um cruzeiro nas Caraíbas ou Mediterrâneo; e um segundo, que optou por um cruzeiro diário local, motivado por uma excursão ou visita diária. Já os modos rodoviário e aéreo, nomeadamente, demonstram uma muito maior flexibilidade, registando ofertas para um leque mais abrangente de motivações e segmentos de mercado.

A investigação mais profunda desta frutuosa análise de enquadramento, permite o reconhecimento de, mais do que a diversidade de modos de transporte, a possibilidade da sua concorrência, pelo facto de, no contexto das variáveis influenciadoras referidas, permitir alternativas de satisfação das necessidades de um perfil de turista.

Nesse sentido, Cooper ilustra a existência de concorrência entre modos de transporte, nomeadamente, através da conjunção das variáveis distância-tempo.

A ilustração deste facto, revela-se particularmente actual, à luz da política de transportes preconizada nos Estados membros da União Europeia, a discutir em Capítulos seguintes. De facto, considerando as rotas internacionais no âmbito europeu, os modos aéreo e ferroviário de alta velocidade, competem entre si, nos segmentos de mercado cujas

variáveis decisórias da escolha do modo de transporte, sejam a equação distância-tempo.

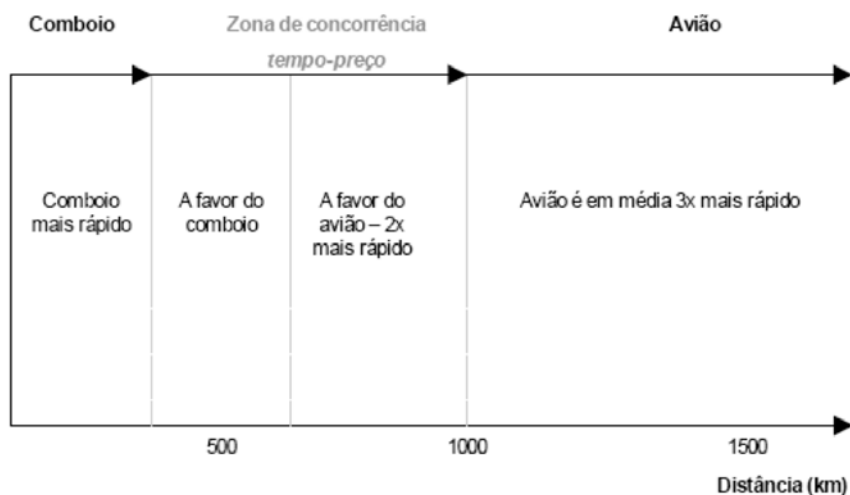


Figura 4.2 - Concorrência entre avião e comboio de alta-velocidade em rotas internacionais na Europa. Adaptado de Cooper, 1998.

Para o objecto final desta tese, deixa-se aos investigadores académicos dos transportes, a discussão teórica da distância exacta a partir da qual estes dois modos se sobrepõem, retendo como essencial, o reconhecimento da indústria dos transportes, nomeadamente rodoviário e aéreo, como parcelas fundamentais na equação do turismo em Portugal.

4.5. O Sistema Turismo-Transporte

O enquadramento de modo holístico do sistema turístico, visto pela maioria dos autores, não impede, como referido, a sua mesma categorização em sub-sistemas.

Na análise de referida de Leiper do sistema de atracção do turismo em si mesmo e na sua relação com o elemento transporte, ou de Page (1999) sobre o sistema turismo-transporte, ambos os autores caracterizam estes sub-sistemas, explicando a sua integração no sistema turístico completo.

Page, nomeadamente, define o sistema turismo-transporte como um grupo de factores que afectam a experiência turística completa, desde a fase de planeamento pré viagem, até ao derradeiro momento de retorno ao local de origem.

Esta discussão decorre de uma perspectiva comportamental que explica porque o indivíduo viaja e porque escolhe diferentes opções de férias, destinos e modos de transporte.

Nesta perspectiva da investigação do conhecimento comportamental do turista, torna-se relevante introduzir os conceitos instrumentalizados por Page, de “transporte para o turismo” e de “transporte como turismo”.

Explica o autor, que na perspectiva de Gunn, o transporte não é um objectivo em si mesmo mas um mal necessário à viagem turística. Consequentemente, o elemento transporte conhece um perfil essencialmente utilitário, cuja satisfação ou utilidade é em função da equação tempo e custo. Em termos do sistema turístico é por isso considerado como procura derivada, onde o modo de transporte contribui para a viagem turística com pouco ou nenhum valor intrínseco directo.

Continua o autor que, como modelado por Prideaux, a componente transporte é contabilizada como um custo, colocando ao turista potencial o seguinte dilema: a confrontação dos recursos temporais e financeiros necessários para uma viagem vs a vontade de se deslocar determinada distância para disfrutar dos recursos de um destino. No contexto do sistema turístico, no entanto, também é apropriado reconhecer o transporte, mais do que o meio para alcançar o destino, como uma parte integrante da experiência turística.

Resulta das visões anteriores que a discussão do elemento transporte como facilitador do turismo, obstrui habitualmente investigação do transporte como turismo, cuja perspectiva sugere que o elemento transporte pode ser um componente integrante da oferta turística, por contraste com apenas um meio de acesso à experiência turística (Cooper et al. 1998). Neste conceito, o elemento transporte ainda reconhece a sua função utilitária na movimentação dos visitantes, mas é-lhe reconhecida a maior dimensão de ser uma atracção em si mesmo, por virtude da sua localização, história, grau de interesse ou novidade. Esta forma de “transporte como turismo” é planeada e desenvolvida com uma componente essencial da experiência turística total.

O modo como o meio de transporte pode ser, por um lado, puramente utilitário ou por outro lado, por si mesmo, uma atracção em movimento, é representado por Page, como o *tourism-transport continuum*.

Não obstante reconhecer-se em todas as formas de transporte, contributo para a experiência turística total, mantem-se a premissa de que o transporte para o turismo se rege pelo seu multi-uso, pelos mercados que serve, pela sua funcionalidade, velocidade e eficácia.

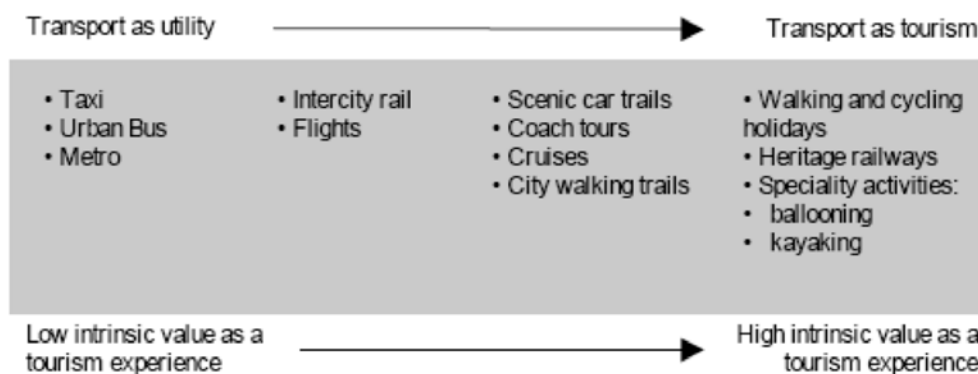


Figura 4.3 - O turismo-transporte *continuum*. Adaptado de Lumsdon e Page, 2004.

Como ilustrado por Lumsdon e Page (2004), determinados modos de transporte podem ser planeados essencialmente pela sua funcionalidade e eficácia, na ligação entre dois pontos intermédios ou mesmo na ligação entre dois modos de transporte.

Estes modos têm uma baixa contribuição para o valor intrínseco da experiência total, regendo-se por um modelo baseado no custo da viagem. Este será o caso típico dos transportes urbanos ao serviço dos residentes ou dos transportes de transferência habitualmente disponibilizados por operadores turísticos, intermediários ou mesmo destinos.

Nestes antípodas, estão os modos de “turismo como transporte”, planeados essencialmente para os visitantes, onde se procura oferecer uma perspectiva diferente do destino. Neste caso, a duração e a permanência no modo de transporte é o motivo fundamental da viagem, assim como o seu maior benefício. Por este facto, o transporte não é considerado um custo mas incorpora, parte ou a totalidade da experiência turística, reconhecendo-se-lhe portanto um grande valor intrínseco.

Em suma, é o valor intrínseco que o modo de transporte confere à experiência turística total, que Lumsdon e Page referem como factor diferenciador da componente transporte no sistema turístico. O conceito de transporte como turismo, assenta no princípio de que toda ou qualquer componente do transporte, tem no mínimo, o potencial de acrescentar

directamente valor à experiência turística. Esta proposta teórica está em justaposição com a noção puramente utilitária, em que o transporte tem apenas uma relevância funcional, não adicionando qualquer valor acrescentado à experiência turística.

4.6. Acessibilidade do Destino

O destino é *lacto senso* o objectivo do turismo.

A investigação de um destino turístico é um tema bastante complexo, porquanto o âmbito de um destino pode dizer respeito a um determinado *resort* ou cidade, a uma área regional, a um país ou mesmo uma região do globo.

No entanto, todos os destinos partilham uma mesma característica: o seu sucesso na atracção de turistas, dependerá da qualidade do serviço de três factores fundamentais (Holloway, 1998):

- atracções,
- infra-estruturas e
- acessibilidade.

Como nota este autor, os viajantes mais intrépidos podem superar diversas dificuldades para alcançar um determinado destino exótico desejado.

No entanto, a maioria dos turistas não serão atraídos por um destino se o seu acesso não for relativamente simples.

Isto significa, no caso do turismo internacional, a existência de um bom aeroporto na região, serviços de Transporte Aéreo convenientes, regulares e disponibilizados a um preço competitivo e ainda uma boa rede de ligações locais dentro do destino.

Não obstante, a noção de acessibilidade de um destino pode ser ainda mais ampla.

A definição da sua acessibilidade não se refere só à existência de infra-estruturas de transporte para o destino e no destino, mas também considera a mobilidade do turista.

A mobilidade é determinada pelo “orçamento-económico” do turista e com igual importância, pelo “orçamento-tempo” do turista, como ilustram Butler e Hall (2006).

O indivíduo necessita ter acesso a recursos económicos e temporais para poder viajar.

O acesso uma maior quantidade de rendimento disponível está tipicamente relacionado com a possibilidade do aumento da velocidade da viagem envolvida, de modo a alcançar determinados destinos, dentro da quantidade de tempo disponível para a actividade turística.

Estas considerações, segundo os autores são vitais na avaliação do potencial de emergência e sucesso de um destino no mercado.

Neste sentido, a acessibilidade relativa de um determinado destino, em comparação com os seus concorrentes é tão importante como a diversidade e qualidade dos produtos oferecidos na satisfação das preferências dos turistas.

De facto, notam Butter e Hall, as implicações da globalização do turismo e por conseguinte a escolha de um destino, estão tão relacionadas com o efeito dos transportes e dos *media* na noção de “convergência tempo-espaço” de Jannelle (1968), como as tendências de convergência cultural e governância.

O contributo reconhecido de eficientes modos de transporte para o desenvolvimento dos destinos e do turismo através da redução do tempo de viagem e consequentemente a distância relativa, gera impactos complementares decorrentes do aumento da acessibilidade externa, na facilidade de alcance do destino, na acessibilidade interna e na proximidade local das atracções. Se por um lado suporta o desenvolvimento turístico do destino, gera ao mesmo tempo pressões sobre os recursos locais, podendo pôr em causa a sua sustentabilidade.

O estudo da acessibilidade, revela assim, diametralmente, os benefícios do transporte sobre a noção de acessibilidade, mas também os potenciais efeitos negativos do turismo, referidos no capítulo anterior, decorrentes do aumento da pressão sobre os recursos locais do destino.

4.7. Desenvolvimento do Destino

A noção complexa do tema destino, como elemento crucial da indústria turística, origina naturalmente vasta investigação e literatura, quanto à sua evolução, estrutura, operação, imagem, economia ou *marketing*.

Como o elemento catalisador do turismo doméstico e internacional, o destino concentra em si o foco da visita e do investimento. Segundo Prideaux, cuja perspectiva se acompanha de seguida, com o decorrer do tempo e de acordo com o seu perfil de

desenvolvimento gera estrutura e dimensão intrínseca, tornando-se ele próprio gerador de visitantes.

Diversos investigadores reconhecem a necessidade de eficientes redes de transporte como condição necessária para o desenvolvimento da indústria turística e como componente crítica do desenvolvimento do turismo doméstico e internacional, citando Abeyratne, Chew ou Page. No entanto, é Prideaux que desenvolve investigação sobre a relação mais específica entre o transporte e o próprio desenvolvimento dos destinos. A sua perspectiva enquadra-se no suporte histórico do impacto do transporte no turismo, citado por Chew (1987) ao descrever o impacto dos modos: ferroviário, rodoviário e posteriormente aéreo, como as três revoluções do transporte que moldaram o turismo.

Efectivamente, o impacto do transporte no destino é ricamente interpretado por Prideaux, sob as perspectivas das regiões de origem e destino, já ilustradas no Capítulo I. Na perspectiva da região geradora ou da origem ou do turista, a escolha de determinado destino dita a distância e o tipo de serviço de transporte disponível como factores chave da decisão, concebendo o conceito de periferia.

O conceito de periferia de Prideaux é na sua essência um conceito espacial que mede a localização de determinado ponto de interesse numa área distante, através da distância ou percepção da distância que separa o mesmo de um ponto considerado inicial.

Em termos turísticos, o ponto inicial é o que se considera como região geradora, existindo, relativamente a um destino, uma relação proporcional entre a sua periferia e a dificuldade de gerar fluxos turísticos sobre o mesmo.

Com as revoluções dos transportes, a noção de periferia foi progressivamente alterada, tornando hoje acessíveis, áreas até então tomadas como inacessíveis.

É interessante ser actualmente difícil recordar como, para a Europa – enquanto área geradora, destinos como a Ásia ou as Caraíbas eram considerados periféricos e de difícil acesso, antes da massificação do turismo por modo aéreo, como discutido no Capítulo I.

Este conceito de periferia é ilustrado na figura 4.4, onde se demonstra o impacto do custo do transporte na procura de atracções em destinos em áreas periféricas.

Considerando o ponto A como o ponto de origem de um visitante, os eixos x e y, representam respectivamente a distância e o custo total da deslocação.

Neste sentido, o segmento AD representa o custo relativo à acomodação, enquanto que o segmento DE representa os gastos discricionários diários inerentes à própria viagem. Apesar do turista ser livre de decidir entre categorias de despesa, estes custos são considerados relativamente fixos na perspectiva da escolha de diferentes destinos. Complementarmente, o segmento EC representa o custo do transporte de acesso, limitado pelo nível de custo total C, representativo do orçamento total disponível para esta deslocação.

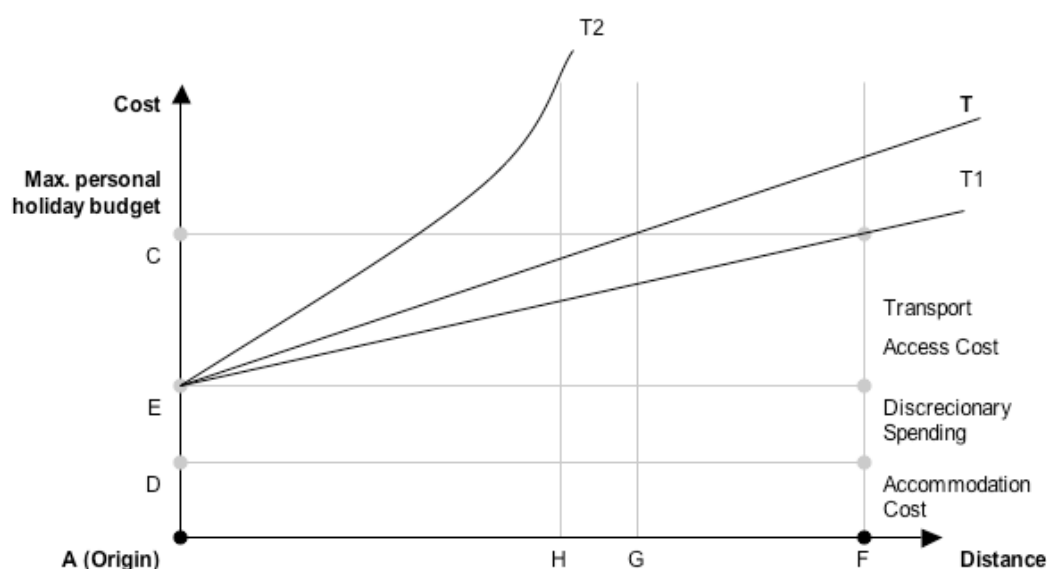


Figura 4.4 – Impacto do custo do transporte na procura de destinos periféricos.
Prideaux, 2004.

Neste contexto, na perspectiva da origem, os custos de transporte variam de acordo com o destino, considerando-se por isso um custo variável.

Assim, o seu conceito de periferia é ditado pela estrutura dos sistemas de transporte disponíveis para cada destino específico.

No caso dos destino G ou F, estão disponíveis os sistemas T e T1, com diferentes níveis de custos. Se ambos os modos permitem o acesso a G, já só o sistema T1 permite o acesso a F, dentro do nível de rendimento disponível.

Por outro lado, já o destino H, ainda que menos distante da origem, ocupa uma posição mais periférica, pelo seu alto custo de transporte ou dificuldade de acesso, quando comparado com os mais distantes mas mais acessíveis destinos G e F.

Este paradoxo é particularmente sintomático do turismo enquanto actividade global e demonstra que no contexto da escolha de um destino, a noção de periferia não se esgota simplesmente na distância física entre “origem-destino”.

Paralelamente, na perspectiva do destino, a sua distância aos mercados emissores é representativa do seu potencial de desenvolvimento, não obstante a sua dimensão e localização geográfica.

O espectro de desenvolvimento de um destino, interpretado por Prideaux, apresenta-se como um modelo multidimensional que toma em consideração o impacto da localização de um destino face aos seus mercados de origem, medindo a relação entre a expansão da infra-estrutura e a economia local do destino e a emergência de novos segmentos de mercado.

Considerando inicialmente a atracção de visitantes das comunidades locais, este modelo de desenvolvimento acompanha o impacto de novos segmentos de mercado, na extensão das capacidade das infra-estruturas do destino, ao nível do acolhimento, da rede de transportes ou do comércio.

No decurso da sua evolução como destino turístico, podem ser atraídos novos segmentos de mercado de crescentes distâncias, alastrando o seu interesse a mercados regionais, nacionais e internacionais.

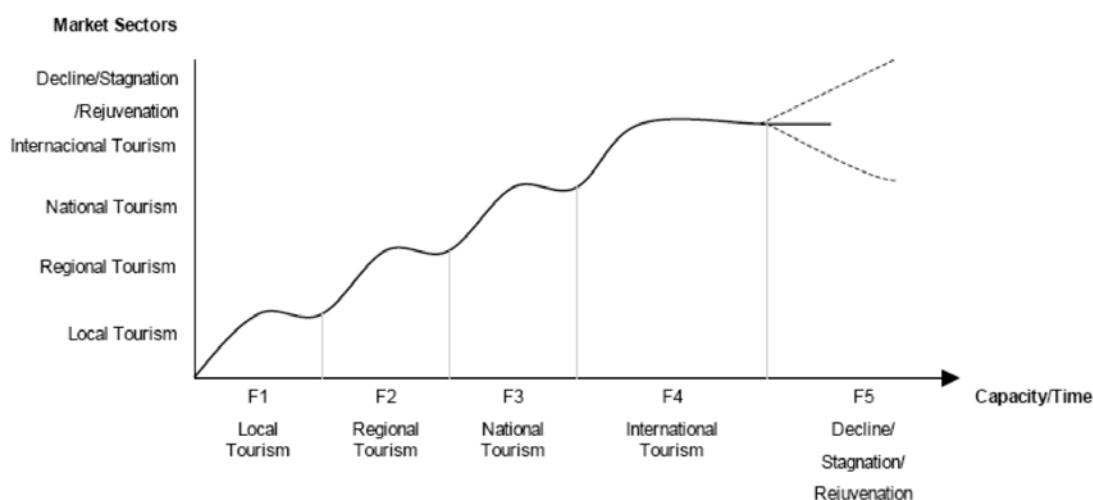


Figura 4.5 – Espectro de desenvolvimento de um Destino. Prideaux, 2004.

A velocidade variável de crescimento de um destino, depende de uma multiplicidade de factores de natureza geográfica, sociocultural, ambiental, política ou empresarial (pública e privada), de onde se destaca o binómio infra-estrutura de transporte–distância dos mercados de origem.

Como já identificado na figura 4.3, a provisão de infra-estruturas de modos de transporte impacta directamente na noção de periferia e consequentemente, na percepção de acessibilidade, do ponto de vista do consumidor no momento de decisão do destino.

Neste sentido torna-se evidente que a expansão de um destino que serve essencialmente mercados locais, para um que serve mercados nacionais ou internacionais mais distantes, implicará a construção de uma diversidade de infra-estruturas de transporte, incluindo muito provavelmente auto-estradas, aeroportos, linhas férreas ou terminais de cruzeiros.

De acordo com Prideaux, a abrangência de infra-estruturas de transporte necessárias dependerá, em primeiro lugar, do volume de turistas previsto, em segundo lugar, do peso dos modos de transporte utilizados, como ainda em certa medida, do aproveitamento de infra-estruturas existentes em eventuais destinos vizinhos.

A complexa indissociabilidade dos temas transporte e turismo discutida até este momento, consegue ser ainda enriquecida pela óptica comportamental da investigação de Moscardo e Pearce.

4.8. Motivação, Ciclo de vida, Transporte e Experiência Turística.

Moscardo e Pearce (2004) considera a motivação do turista como um tema básico e fundamental da análise e do desenvolvimento do turismo, citando o trabalho de Wahab que nos anos pioneiros do estudo do turismo defendeu esta perspectiva.

A motivação é considerada universalmente como a força motora das acções humanas, tornando o seu estudo imperativo, nomeadamente no que ao turismo diz respeito. Neste âmbito, com base em investigação levada a cabo no norte da Austrália, estes autores desenvolvem um trabalho de exploração detalhado, das relações entre motivações dos turistas; os modos de transporte e a própria experiência turística.

Para Moscardo e Pearce existem duas correntes predominantes na perspectiva comportamental da investigação do turismo.

A primeira corrente mede habitualmente a relação entre a escolha de modos de transporte e variáveis económicas como o preço ou o rendimento disponível.

Este trabalho é feito geralmente para comparar rotas, modos alternativos ou opções de transporte, baseado-se em modelos, onde, por um lado, o gosto ou perfil do consumidor é considerado uma constante e por outro, as atitudes dos consumidores perante o tipo de transporte ou os fornecedores do transporte são irrelevantes ou baseadas na variável custo.

A segunda corrente, onde os autores se inserem, defende o estudo do comportamento dos turistas através de uma nova perspectiva, mais abrangente, incluindo variáveis como a experiência e ou as motivações pessoais.

Neste sentido, reúnem conceitos como motivação; ciclo de vida; experiência e modos de transporte na definição de um mapa conceptual das relações entre estas variáveis, no que descrevem como “interface motivação-transporte-experiência”.

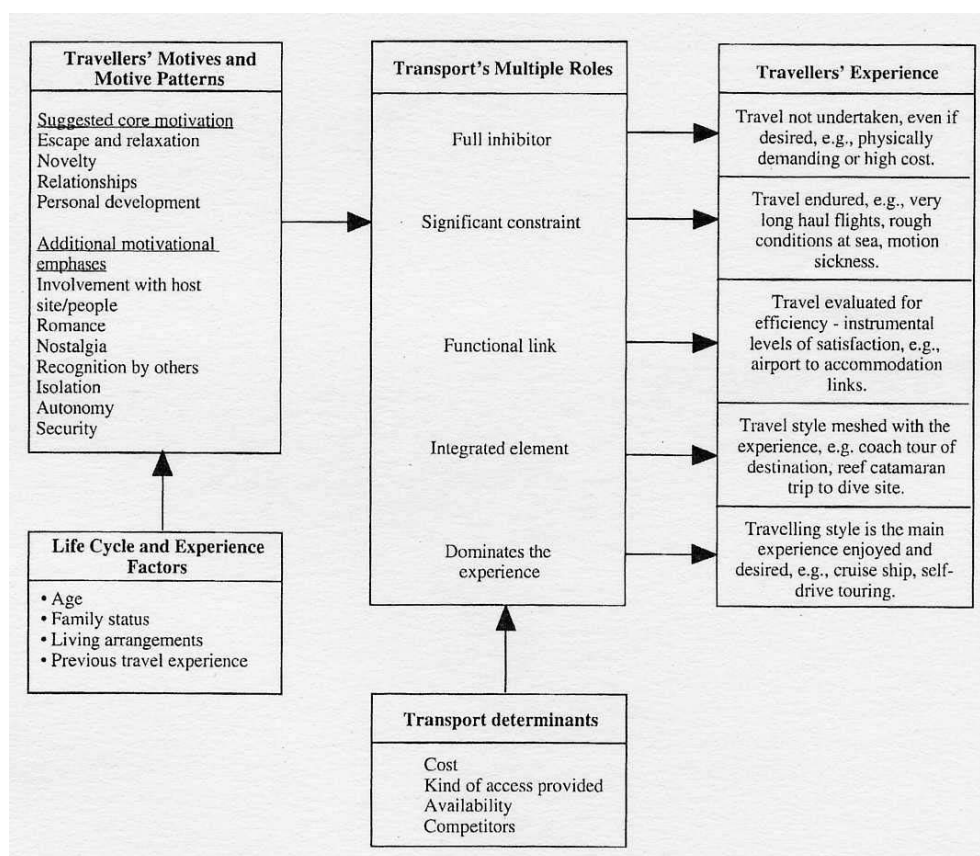


Figura 4.6 – Mapa conceptual das ligações entre motivação, ciclo de vida, papel do transporte e experiência turística. Moscardo e Pearce, 2004.

Como ilustrado na figura 4.6, as componentes associadas ao ciclo de vida - como a idade, agregado familiar; assim como a sua experiência pessoal, definem em grande medida os motivos pessoais de um indivíduo para fazer turismo.

Não obstante, corroboram que a componente transporte, no turismo enquanto sistema, é determinada pelas variáveis custo, modo de acesso, disponibilidade e concorrência.

Tomando como válidas estas duas premissas, lançam-se na avaliação das interações que diferentes motivações causam sobre a escolha de modos de transporte disponíveis. Os últimos, em consequência, registam diferentes influências na experiência turística, podendo mesmo, inibir totalmente a experiência turística desejada por motivos de limitações físicas ou de custos envolvidos.

Investigação realizada sobre o turismo em navios de cruzeiro, referem os autores, sugere, por exemplo, que existem perfis de específicos de motivações e ciclo de vida que privilegiam este tipo de turismo.

Neste caso, porventura mais facilmente identificável, o turista opta claramente por um produto onde a componente transporte tem um papel considerado dominante na sua experiência turística.

A relevância deste mapa conceptual para o tema em análise, está na ilustração de mais um prisma em que o tema transporte interage intrinsecamente com o tema turismo, gerando uma relação biunívoca, resultando previsivelmente, num leque de impactos e consequências que atribuem ao elemento transporte, como ilustrado no centro da figura, papéis múltiplos e reagentes sobre a experiência turística.

Outros exemplos quotidianos, são passíveis de ser avaliados, na perspectiva do papel desempenhado pela componente transporte no turismo.

Um voo de longo-curso de quinze ou vinte horas para determinado destino - considerado de sonho por determinadas motivações e em determinada fase do ciclo de vida de um indivíduo - mesmo ultrapassando as variáveis disponibilidade e custo, pode revelar-se totalmente inibidor ou significativamente constrangedor para um vasto grupo de indivíduos.

4.9. Políticas de Turismo e Transporte

A motivação da mobilidade, torna os diferentes modos de transporte no instrumento de facilitação e eficiência do movimento de pessoas e bens.

Para permitir este desenvolvimento, Page (1994) nota que os governos, produzem genericamente políticas orientadas para a regulação, organização e desenvolvimento do transporte, contendo automaticamente o transporte que serve o turismo. No desenvolvimento do seu raciocínio, considera que as políticas de transporte são naturalmente influenciadas pelo contexto e ideologias políticas, impactando directamente no turismo através de investimento, provisão de infra-estruturas e facilitação, condicionando indirectamente o seu desenvolvimento e promoção.

Apesar da forte interdependência entre transporte e turismo, na prática, a responsabilidade governamental por estas pastas reside frequentemente em diferentes ramos ministeriais, resultando no afastamento de perspectivas e na fraca coordenação das políticas que afectam o binómio turismo-transporte.

Citando o trabalho de Button and Gillingwater, Page refere que na Europa e nos EUA, as políticas de transporte afectam o sistema de transporte do turismo, fundamentalmente através de dois princípios económicos:

- Eficiência na alocação de recursos – ex: uso de recursos e mecanismos de formação de preços.
- Obrigações políticas – ex: obrigações de serviço público na protecção e acesso ao transporte

Esta necessidade de ligação é reforçada pela posição da OCDE, que argumenta a necessidade de eficazes políticas governamentais integradas que harmonizem as necessidades do turismo e transporte, em vez de as isolarem. Neste contexto, considera que as políticas de transporte devem reconhecer o turismo como uma actividade conexas, directamente influenciada pelos objectivos nacionais e regionais, estabelecidos pela política de transporte.

Segundo Page, esta integração de políticas é possível, nomeadamente através de parcerias público-privadas, funcionando sob as regras de mercado. Ilustrando o seu ponto de vista, cita o caso de sucesso da parceria público-privada entre a British Rail e a British Airport Authority, para o projecto conjunto Heathrow Express – ligação de comboio dedicada do aeroporto de Heathrow à estação de Paddington no centro de Londres.

4.10. O Caso Português

Como revisto nos capítulos anteriores, o que se hoje se denomina turismo, enquanto motivação humana, estará tão intrinsecamente incorporada no ser humano com a sua necessidade de transporte.

Apesar da grande distância histórica a que se consegue recuar ambos os temas, revelar-se-á improvável distinguir se foi o turismo que gerou a necessidade de transporte ou a existência de transporte que iniciou o turismo.

Manifestamente mais importante que a discussão teórica é o reconhecimento de que a profunda intersecção destas duas actividades e o efeito catalisador que cada uma gera sobre a outra, serão, sobejamente, meritórios da análise proposta nesta tese.

No caso particular de Portugal, a sua localização geográfica continental no extremo sudoeste do continente europeu e os arquipélagos de Madeira e Açores, ditam, por um lado, a sua vincada vocação atlântica e como consequência uma única fronteira terrestre com o país vizinho, Espanha.

Esta fronteira, maioritariamente desprovida de acidentes geográficos, generaliza o acesso terrestre e dita, naturalmente, não só Espanha como o seu maior mercado turístico gerador, como o modo de transporte rodoviário como a via de comunicação de eleição desta movimentação.

Não obstante a representatividade intransponível deste mercado natural, esta sua própria característica, garantem-lhe benefícios de custo e proximidade, que não o elege com fiel representante do que poderia ser considerado um mercado turístico emissor típico, para quem Portugal seria um, entre vários destinos genéricos concorrentes. O valor deste ponto de vista é largamente potenciado na perspectiva de um destino contido numa rede de destinos concorrentes globais.

Sob este ponto de vista, a avaliação dos restantes maiores mercados emissores reforça o valor dos restantes quatro maiores mercados, que no seu conjunto acumulam uma representatividade de 34%.

Se na sequência deste raciocínio, se associar a componente transporte, facilmente se deduzirá que o modo rodoviário eleito por Espanha, se baseia na deslocação em viatura própria, com toda a individualidade, flexibilidade e casualidade que este modo representa.

Como corolário desta linha de raciocínio, poder-se-á então reconhecer, como ilustra a tabela seguinte, que o modo de transporte de eleição de maior impacto no turismo em Portugal, será indubitavelmente o modo aéreo, que em 2003 representou a via de chegada de 77% do total de turistas internacionais.

Meio de Transporte % (2003)

	Alemanha	Espanha	França	RU	EUA	Holanda	Outros	Total
Automóvel	11,6	68,2	35,8	6,8	6	14,6	8,3	19,8
Próprio	10,9	64,4	34,1	6,1	-	14,3	6,5	18,1
Alugado	0,5	1,2	0,6	0,4	5,7	0,2	1,6	1,1
Outros	0,2	2,6	1,1	0,3	0,3	0,1	0,2	0,6
Autocarro	1	3,6	2,6	0,4	3,7	0,1	1,3	1,5
Carreira Regular	0,7	3,2	1,6	0,3	0,6	-	0,8	1
Viagem Organizada	0,3	0,4	1	0,1	3,1	0,1	0,5	0,5
Comboio	1	1,1	1,7	0,3	0,9	1,1	1,3	1
Avião	85,5	25,9	59,6	91,9	87,4	84,1	88,8	77,1
Carreira Regular	34,2	21	42,9	33,5	79,4	34,9	49,2	39,4
Fretado (charter)	51,3	4,9	16,7	58,4	8	49,2	39,6	37,7
Outros	0,9	1,2	0,3	0,6	2	0,1	0,3	0,6
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: INE/DGT

Tabela 4.2 – Meio de Transporte dos Turistas Internacionais por País de Residência. DGT 2003.

É há luz da relevância desta conclusão, que se considera o valor específico do modo aéreo, como o de maior interesse e relevo no actual trabalho proposto de análise da convergência estratégica das políticas nacionais de turismo e transportes.

Numa perspectiva mais generalista, Anne Graham (2006), suporta este raciocínio ao avaliar o peso relativo dos diversos modos de transporte, nas chegadas totais de um grupo de países-destino de localizações geográficas bastante diversificadas.

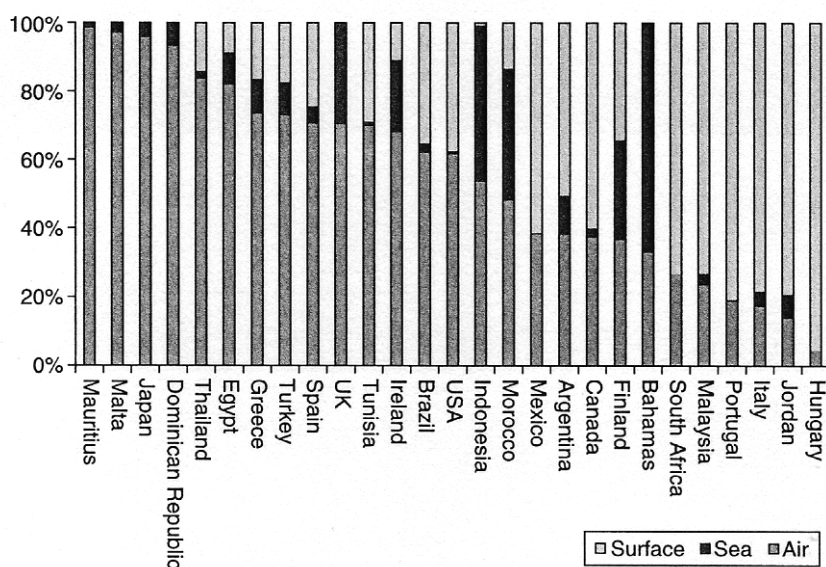


Figura 4.7 – Chegadas por modo de transporte em 2001. WTO.

A figura ilustra o peso das chegadas por modo de transporte, cujos resultados são genericamente explicados pelas características geográficas individuais de cada país.

Como se discutirá posteriormente, torna-se neste momento evidente que qualquer planeamento de um destino só ficará completo, depois de efectivamente se reconhecer o impacto do transporte e da localização geográfica, na segmentação de perfis de clientes e mercados.

Comprovada a validade e a justa prioridade da selecção do transporte por modo aéreo, na análise do caso português, incrementa-se a partir deste momento a especialidade da investigação proposta.

No sentido desta especialização, revela-se agora imperativo, introduzir no Capítulo seguinte, iniciando por um reconhecimento básico da indústria do Transporte Aéreo.

4.11. Conclusão

À medida que a procura turística aumenta, as necessidades de transporte e das infra-estruturas de transporte, acompanham esta tendência e revelam a sua cada vez maior importância.

Esta afirmação é a ilustração prática da fortíssima relação turismo-transporte e serve de corolário às perspectivas dos autores citados neste capítulo.

O estudo deste binómio, permite a riqueza e a diversidade de ópticas de análise descritas neste capítulo, como o Transporte no Sistema Turístico de Holloway; a Diversidade de Modos de Cooper; o Sistema Turismo-Transporte de Page; o Desenvolvimento do Destino de Prideaux ou mesmo na perspectiva da Motivação e Experiência Turística de Moscado e Pearce.

Resultam daqui dois factos, não importa a dimensão da análise. Por um lado, a demonstração da validade total do estudo combinado dos temas do turismo e transporte, e por outro lado, o reconhecimento da complexidade da análise da influência do transporte, por oposição a sua simples identificação enquanto componente do sistema turístico.

O futuro, no que diz respeito aos transportes, fará o avanço tecnológico influenciar todos os aspectos da sua relação com o turismo, através do desenvolvimento dos actuais bilhetes electrónicos, de cartões com chips inteligentes com aplicações de pagamento e mesmo substituindo visas e passaportes.

No entanto, o desenvolvimento do transporte para o turismo é confrontado com problemas de capacidade, ruído e poluição. Todas as formas de transporte de massas implicam alguma forma de constrangimento do meio ambiente, não conseguindo por isso ser totalmente limpas.

Este é porventura o maior desafio futuro da indústria dos transportes, no contexto da sua participação no desenvolvimento do produto turístico, numa indústria cujo enquadramento, política e práticas, se tornam cada vez mais amigas do ambiente.

No capítulo seguinte, continuar-se-á esta linha de análise especificamente no caso do transporte aéreo.

Capítulo 5 - Turismo e Transporte Aéreo

5.1. Introdução

A noção de turismo global massificado da actualidade, deve o seu desenvolvimento aos avanços da indústria do Transporte Aéreo, nomeadamente da aviação comercial.

Na sequência da II GGM, os avanços da tecnologia da aviação militar ficaram disponíveis para a aviação civil, originando ganhos de custo e segurança que permitiriam pela primeira vez a viabilidade da aviação comercial (Holloway, 1999).

No entanto, foi com a introdução do Boeing 707, em 1958 que se estabeleceu uma aviação comercial de sucesso, permitindo deslocações em massa e viagens intercontinentais em periodos de tempo impensáveis para a época.

Já nos anos 70, a aviação civil comercial apresentava-se como uma indústria madura, dispondo agora de um novo Boeing 747 *Jumbo*, potenciando uma era de viagens intercontinentais em massa. Esta disponibilidade de aviões de grande capacidade, capazes de transportar turistas confortavelmente e a grande velocidade, propiciou o rápido crescimento do negócio dos operadores turísticos.

Os operadores turísticos começaram então por reservar em bloco grandes quantidades de lugares; acomodação e atracções no destino, sob um preço único (Debbage, 2005).

O turista, viu a terra encolher perante a acessibilidade em termos de tempo e custo, de destinos exóticos e longínquos fora do seu alcance.

Neste Capítulo, dá-se início à intersecção do turismo, especificamente com o transporte por modo aéreo, justificando os impactos bilaterais determinantes para ambas as indústrias.

5.2. A Indústria do Transporte Aéreo

De acordo com as estimativas do agrupamento de organizações líderes da indústria do Transporte Aéreo, ATAG, a indústria do Transporte Aéreo será actualmente responsável directa e indirectamente pelos seguintes indicadores mundiais (ATAG, 2005):

- Cerca de **8 %** do PIB global, atingindo 2.960 biliões de US\$;
- Cerca de **29 milhões** de postos de trabalho,

- Cerca de **2 biliões** de passageiros por ano,
- **40%** dos meios de transporte dos turistas internacionais,
- **40%** do valor das exportações inter-regionais.

Na sociedade contemporânea, o Transporte Aéreo é considerado um dos serviços de grande relevo e impacto mundial, como a medicina ou as telecomunicações.

Os seus desenvolvimentos técnicos contribuem em grande medida para o avanço da sociedade moderna.

No seu estudo do “Impacto Económico e Social do Transporte Aéreo” em 2005, a ATAG revela as seguintes considerações sobre o tema:

- A sua contribuição para o progresso económico permitiu aproximar as comunidades e o mercado global, tornando possível a rápida movimentação de milhões de pessoas e de carga no valor de biliões de USD;
- A sua própria natureza e flexibilidade tornam-no no único modo de transporte de acesso verdadeiramente global, o que o torna essencial para a economia e turismo globalizados. Assim, desempenha um papel fundamental para o crescimento económico, em particular em países em desenvolvimento;
- Socio-culturalmente, significa por vezes o único modo de transporte e acesso a comunidades remotas, promovendo assim o intercâmbio e a sua inclusão social;
- É ainda quotidianamente decisivo no trabalho e no lazer de milhões de pessoas;
- Mais do que a mera deslocação de pessoas e bens, a dimensão do Transporte Aéreo transforma-o numa indústria de relevo mundial, composta por sectores fundamentais e facilitadores.

O âmbito da indústria do Transporte Aéreo contém, genericamente, as actividades directamente relacionadas com o transporte de pessoas e bens por modo aéreo. Numa perspectiva mais simples pode ser dividida no subsector aviação, composto por transportadores, infra-estruturas e serviços auxiliares e no subsector civil aeroespacial onde se encontram os fabricantes de equipamentos e a sua manutenção.

Numa perspectiva mais alargada a figura 5.1, representa a indústria de um ponto de vista de *input-output*.

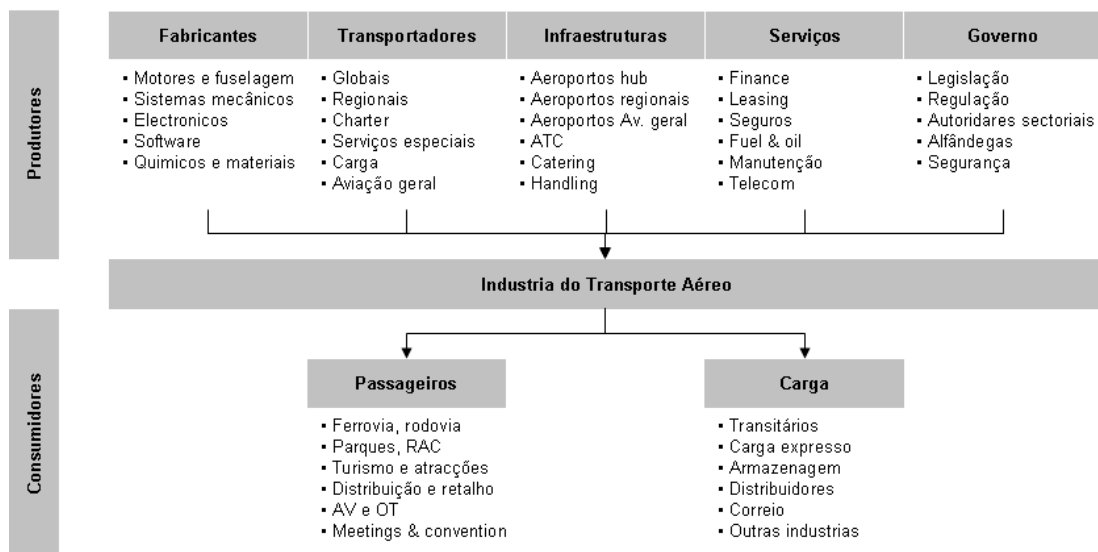


Figura 5.1 – A indústria do Transporte Aéreo. Adaptado de ATAG, 2005.

Os sectores fundamentais, considerados como o input ou os produtores, são:

- os fabricantes de aeronaves;
- as companhias aéreas transportadores e
- as infra-estruturas de ligação, como os aeroportos, o controlo de tráfego aéreo ou o handling de passageiros e bagagem.

Neste grupo de *input*, dado o relevo da sua contribuição, são ainda considerados alguns prestadores de serviços específicos, como parceiros financeiros, seguradores especializados ou companhias petrolíferas. Finalmente, o Estado faz-se representar nos seus vários níveis, como legislador e regulador das actividades.

O *output* desta indústria, visa satisfazer os consumidores ou mercados específicos de movimento de passageiros e de carga, em torno dos quais gravitam actividades e organizações diversas mas com interesses específicos neste modo de transporte.

Na avaliação de qualquer indústria é de capital importância o conhecimento do seu impacto e importância global.

Tal como na indústria turística, a perspectiva de avaliação da indústria do Transporte Aéreo, também considera a extensão dos seus subsectores, tentando encapsular todas as formas de impactos directos e indirectos dos elementos que a compõem.

Neste sentido na sua avaliação dos “Benefícios Económicos do Transporte Aéreo”, datada do ano 2000 e ilustrada na figura seguinte, a ATAG avaliou o impacto económico directo, indirecto e induzido.

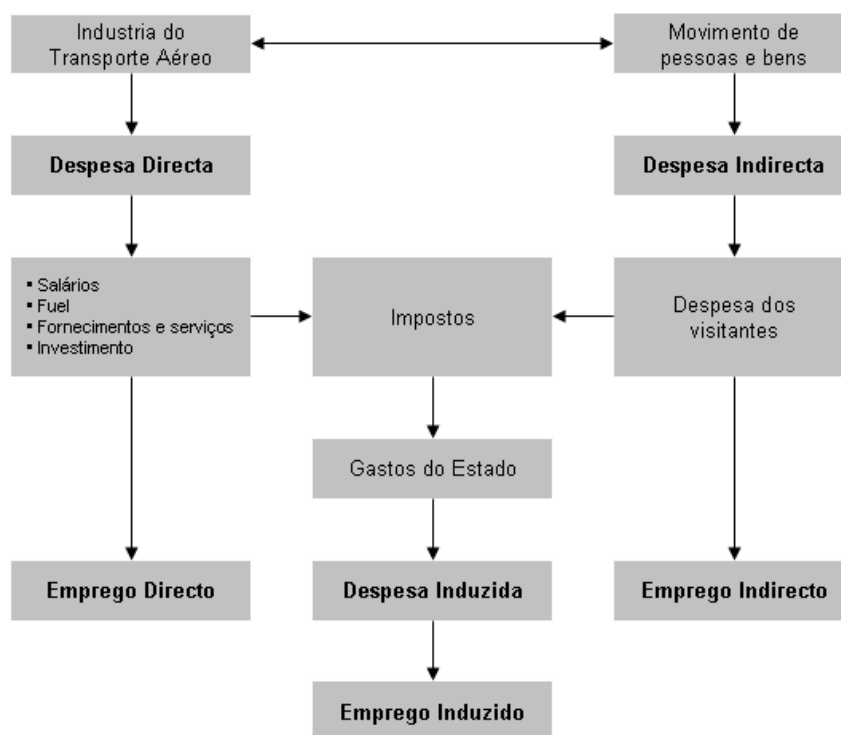


Figura 5.2 – Impacto Económico Total. Adaptado de ATAG, 2005.

O impacto económico directo é obtido através da valorização das actividades dos transportadores aéreos, aeroportos e infra-estruturas, incluindo todos os serviços nestes sectores desempenhados.

Paralelamente, o impacto económico indirecto prende-se com as actividades dos passageiros e trânsitos fora do perímetro aeroportuário, em serviços complementares como agências de viagens, intermediação, hotelaria ou atracções turísticas. Deve ser notado que, nesta rubrica, ao pretender-se quantificar as actividades a montante ou a jusante do efectivo meio de transporte, ainda que de forma indirecta, se consideram actividades de outras indústrias, nomeadamente do turismo. Este grau de sobreposição é aceitável no contexto da procura de um valor de referência individual para uma indústria. No entanto, por contraste e num contexto mais abrangente, impossibilitaria a validade do valor resultante da adição simples dos impactos acumulados de várias indústrias.

Considerada esta advertência, o impacto económico induzido é calculado por meio de um multiplicador que pretende estimar a circulação sucessiva das despesas efectuadas pelos receptores dos impactos económicos directos e indirectos.

Finalmente, numa perspectiva ainda mais abrangente, a ATAG considera, actualmente, que a maior contribuição económica da indústria do Transporte Aéreo reside no seu efeito catalítico sobre outros sectores de actividade económica, nomeadamente no aumento da performance de outras indústrias e na facilitação do seu crescimento.

Este efeito corolário é plenamente reconhecido e mais facilmente compreensível se for recordado em alguns dos seguintes contextos:

Facilitação do comércio mundial

Permitindo a qualquer região ou país o acesso e participação no mercado global, beneficiando das vantagens competitivas de uma lógica de produtores globais especialistas.

Aumento da eficiência da cadeia de distribuição (supply-chain)

Permitindo a deslocalização da produção e a maior rapidez da distribuição global baseada em sistemas de entregas just-in-time.

Globalização do turismo

Aproximando o acesso global a qualquer área destino, especialmente a regiões com localizações remotas, facilitando assim o desenvolvimento da comunidade local.

O peso e dimensão desta indústria é patente no discurso de Assad Kotaite, Presidente do Conselho da ICAO (departamento da ONU para a aviação civil), citado no “The Economic and Social Benefits of Air Transport” do grupo ATAG, em Setembro 2005:

“Em mais de 50 anos com a ICAO, testemunhei o contributo extraordinário da aviação civil em economias nacionais, regionais e globais. Aquando da criação da ICAO em 1944, as companhias aéreas mundiais, transportavam cerca de 9 milhões de passageiros. Em 2004, foram transportados 1,9 biliões de passageiros, apenas em voos regulares, assim como 37,7 milhões de toneladas de carga. Esta actividade foi suportada por extensas infra-estruturas aeroportuárias e de navegação aérea e pela dinâmica do sector dos construtores de aviões, motores e *avionics*.

O Transporte Aéreo gera milhões de empregos e suporta mais diversos milhões em indústrias associadas, incluindo a maior indústria mundial – viagens e turismo.”

Não obstante a dimensão da indústria, o seu crescimento decorre do desenvolvimento de factores endógenos e exógenos que favorecem o seu progresso.

Factores motivadores do aumento do tráfego aéreo mundial
Diminuição do custo real do Transporte Aéreo
Aumento da actividade económica
Intensificação do comércio internacional
Aumento do rendimento disponível
Estabilidade política
Diminuição da restrições de viagens
Expansão dos laços étnicos
Aumento do tempo de lazer
Promoção turística
Liberalização do Transporte Aéreo
Emergência económica de países e regiões com pequenas base de tráfego

Tabela 5.1 – Factores Motivadores do Trafego Aéreo Mundial. Adaptado de ATAG, 2005.

Entre eles estão factores de enquadramento geral como o rendimento ou a estabilidade política, mas igualmente factores específicos relativos ao turismo como a promoção turística ou a diminuição de restrições de viagem.

5.2.1. Essencial da Regulação do Transporte Aéreo

A Convenção de Chicago de 1944, marcou o início da regulação internacional do transporte aéreo civil, estabelecendo um conjunto de princípios de funcionamento em funcionamento até à actualidade:

- Instituiu os princípios de soberania do espaço aéreo, igualdade de oportunidades, não-discriminação e o direito dos países de designação de companhias aéreas para operação de serviços aéreos;
- Falhou no alcance de um acordo relativo à partilha multilateral de direitos de tráfego e consequentemente, centenas de *bilateral air service agreements* foram subsequentemente negociados;
- O objectivo base destes acordos bilaterais tem sido a protecção de variados interesses nacionais, incluindo a promoção do comércio, considerações defensivas e orgulho nacional;

- Os serviços domésticos têm habitualmente sido regulados por sistemas de licenciamento e os direitos de cabotagem em cada país têm sido exclusivamente reservados a companhias aéreas nacionais;
- Os acordos bilaterais reguladores dos serviços de Transporte Aéreo internacional normalmente especificam as rotas a operar, a companhia de bandeira a operar essa rotas, a capacidade a fornecer e as tarifas a cobrar;
- Os acordos bilaterais são normalmente suplementados por memorandos de acordo confidenciais que são mais restritivos que os acordos publicados;
- As operações *charter* não são normalmente reguladas por acordos bilaterais e estão relativamente livres de constrangimentos de tarifas ou capacidades.

5.2.2. Alterações na Indústria

O sistema regulamentar e a estrutura da indústria do Transporte Aéreo em todo o mundo atravessam ambas profundas mudanças, com consequências, citadas pela ATAG, também para a indústria do Turismo:

- O 3º pacote da UE de liberalização do Transporte Aéreo, com efeitos desde janeiro de 1993, tem implicações radicais na estrutura futura das operações de Transporte Aéreo na Europa;
- Muitos países começam a reconhecer a importância económica do turismo e estão a liberalizar as políticas de Transporte Aéreo que inibem o tráfego visitante;
- Com o 3º pacote, as companhias aéreas europeias podem usar o direito de estabelecimento, criando redes pan-europeias;
- Existe um movimento global nas companhias aéreas de afastamento do Estado e de políticas de privatização, a ser perseguido em pelo menos 40 países;
- A privatização contribuirá para a diminuição do proteccionismo nas políticas internacionais de Transporte Aéreo pela remoção considerações puramente financeiras da criação governamental de políticas;
- Uma das grandes razões para a concentração na indústria é que as maiores companhias desfrutam de maiores vantagens em termos de *marketing* e no estabelecimento de posições dominantes nos mercados nacionais e global;
- O processo de concentração de companhias continuará a acelerar através da negociação de fusões e alianças internacionais;

- Os desenvolvimentos tecnológicos nos sofisticados e dispendiosos CRS (computer reservations systems) e sistemas de comunicação fortalecerão as posições no mercado das maiores companhias aéreas;
- A posição dominante de posse substancial e controlo efectivo por nacionais definidos pelos Estados está diminuir, existindo já mais de 25 companhias em vários países com substancial posse estrangeira;
- A globalização da indústria criará fortes pressões para a substituição dos acordos bilaterais por acordos multilaterais e para a liberalização da entrada nos mercados de Transporte Aéreo em todo o mundo;
- Numa indústria dominada por um pequeno n.º de mega companhias, as menores companhias encontrarão lugar como feeders e operadores de nichos, especialmente aquelas com o compromisso de desenvolvimento de mercados turísticos especiais;
- A dicotomia entre companhias regulares e charters que caracterizou o mercado europeu durante décadas, desaparecerá com o 3º pacote de liberalização;
- As mudanças na indústria do Transporte Aéreo terão implicações nas futuras políticas de todos os países preocupados com o desenvolvimento do turismo.

5.2.3. Acordos Bilaterais

Os acordos bilaterais entre Estados soberanos foram desde sempre o instrumento principal de autorização e regulação de rotas de tráfego aéreo, resultando de negociações políticas entre governos e visando favorecer especificamente o caso das companhias ditas de bandeira, por habitualmente pertencerem ao sector público. Dado tratarem-se de acordos entre Estados, são documentos formais, pouco flexíveis e raramente renegociados, contrastando com regiões liberalizadas, com é o caso, hoje, da União Europeia, onde a liberdade de voo internacional, não mais depende de acordos individuais entre Estados.

Não obstante, a renegociação dos habitualmente estritos acordos bilaterais entre países, é possível como revela a renegociação em 2004 do acordo bilateral Reino Unido-Índia. Nesta renegociação, foram previstas vinte e uma novas frequências, para companhias aéreas do Reino Unido servirem vários destinos na Índia.

Até esse momento este acordo bilateral atribuía à British Airways, direitos de operação de 19 frequências.

Da análise e decisão da Civil Aviation Authority (CAA) do Reino Unido, resultou a distribuição dos novos direitos de operação, acrescentando à British Airways (BA) 7 novas frequências e incluindo duas novas companhias aéreas no acordo, nomeadamente a Virgin e a British Midlands, com respectivamente, 10 e 4, das vinte e uma novas frequências.

Esta decisão da CAA, é um instrumento da política de Transporte Aéreo, prevendo especificamente os seguintes efeitos:

- Aumentar a rivalidade em mercados estabelecidos, através da entrada das novas companhias;
- Aumentar a robustez de rotas em desenvolvimento, através da provisão de maior capacidade, e
- Concentrar no aeroporto de Heathrow este mercado de longo-curso, visando o aumento de concorrência nas rotas para a Índia e o desenvolvimento de outros destinos de longo-curso no futuro.

5.3. Impactos Bilaterais: Turismo e Transporte Aéreo

É no contexto histórico de desenvolvimento do transporte aéreo que a WTO reconhece o forte elo de ligação entre o turismo e o transporte aéreo, considerando-os inclusivé como dois segmentos de uma mesma indústria.

No seu conceito de “conta satélite” (WTO, 1999), o transporte aéreo é visto como uma indústria característica do turismo, ou seja, um sector da económica sem o qual o turismo não existiria ou pelos menos seria muito menos desenvolvido (Keller, 2000)

Segundo Keller, o transporte aéreo também contribuiu grandemente para a globalização do turismo e para a emergência de uma variedade de novos países-destinos turísticos em todo o mundo. Em retorno, a concorrência entre destinos globalizou-se, gerando impactos inclusivé na Europa, região lider mundial do turismo internacional, em particular nas regiões insulares europeias, as maiores beneficiadas do progresso tecnológico da aviação. Por outro lado, a concorrência global e o acesso global, implicam a confrontação dos destinos europeus com concorrência internacional.

Como já referido nese capítulo, torna-se claro que os sistemas reguladores dos transportes aéreos estão a atravessar mudanças profundas, cambiando toda a estrutura da indústria internacional do transporte aéreo.

Ao mesmo tempo os Governos de diversos países estão a reavaliar a importância da contribuição do turismo para as suas economias nacionais. Nas palavras de Wheatcroft, já em 1994, a contribuição do transporte aéreo e do turismo para as economias ilustrava-se com os seguintes dados:

- *Travel & tourism* representa 12% do consumo mundial, com o Transporte Aéreo a representar $\frac{1}{4}$ desta despesa
- Gastos com tarifas internacionais e as receitas do turismo internacional, crescem ambas ao dobro do PIB desde os últimos 20 anos
- As chegadas internacionais representam mais de 70% das chegadas de turistas em pelo menos 20 dos maiores países turísticos
- Independentemente das sinergias podem existir conflitos entre aviação e política de turismo, particularmente se a protecção à companhia de bandeira restringe o crescimento do turismo

O reforço das duas actividades, passa pela partilha da mesma matéria-prima, os visitantes, que têm por motivação ou objectivo, visitar e disfrutar de determinado destino. No entanto, reconhece que diferentes políticas de transporte podem ter grandes impactos na natureza e no crescimento do turismo, por vezes adversos e por vezes benéficos.

Referindo-se em particular ao elevado crescimento do mercado Europeu, Keller cita Saissi quando nota que mesmo num ambiente de desregulamentação, a formação de poderosas alianças estratégicas e a integração completa de sistemas entre companhias, dificulta o acesso ao mercado de novas companhias, como é o caso das *low-cost*. As altas barreiras à entrada de novos concorrentes no mercado, resulta do referido impacto directo das companhias estabelecidas, como de limitações externas como a disponibilidade de slots em aeroportos congestionados.

Opção Estratégica	Consequência
Confronto Directo	Elevado custo inicial
	Barreiras à entrada
	Acesso a slots
Cooperação/Renúncia	Limitada liberdade de movimento
	Absorção por parceiro maior
	Desenvolvimento de novos mercados
Limitação voluntária/Diferenciação	Novos produtos
	Especialização em nicho

Tabela 5.2 –Lançamento de uma nova companhia aérea na Europa- Opções Estratégicas.
Adaptado de Saissi, in Keller, 2001.

Interpretando este contexto, novas opções estratégicas devem ser avaliadas, como delineado por Sassi e ilustrado na figura 5.3. Considerando uma estratégia de confronto directo, praticamente desprovida de vantagens competitivas, as companhias aéreas com interesse de entrar no mercado europeu, dispõem de duas opções alternativas, como ilustrado na figura anterior. O mercado europeu dispõe de exemplos destas duas estratégias, com particular relevo para a estratégia de diferenciação, seguida pelas companhias *low-cost*, ao basearem-se no desenvolvimento de um novo produto, em novos mercados.

Numa perspectiva idêntica, Bieger e Wittmer (2006), desenvolvem um modelo sistémico de análise da interrelação entre turismo e transporte aéreo. Reiterando a grande interdependência entre os dois, revelam que os próprios modelos de negócio das companhias aéreas se suportam, de modo explícito ou não, no serviço a destinos turísticos como forma de suporte das suas redes e desenvolvimento da sua actividade. Neste contexto, é possível vê-las associadas ao planeamento e desenvolvimento de destinos, nomeadamente através da sua promoção ou num sentido inverso, a provisão pelo destino da construção ou expansão de aeroportos locais que permitam a aterragem de aviões de maior capacidade ou operações sem limitações climáticas.

Não obstante a dimensão positiva dos impactos do Transporte Aéreo no turismo, o rápido crescimento complementar de ambos, Keller (2000) levanta a questão da sua sustentabilidade no longo-prazo, já que actualmente o Transporte Aéreo não internaliza os custos sociais e ambientais nos preços cobrados. Neste sentido, conclui que indiscutivelmente, no momento que o crescimento constante viagens e de turistas resultar em impactos ambientais significativos, o custo do turismo tornar-se-á mais caro.

5.4. Turismo e Transporte Aéreo na Europa

O Transporte Aéreo constitui-se hoje, como um dos elementos fundamentais do desenvolvimento do turismo, mesmo em regiões onde o transporte por modo terrestre é extraordinariamente facilitado, como é o caso da Europa.

Segundo Vellas (2000), a função primordial do Transporte Aéreo no desenvolvimento do turismo na Europa é justificada por duas ordens de factores.

Em primeiro lugar, existe a questão fundamental da localização geográfica do tradicional fluxo turístico europeu, de norte para sul, beneficiando ambos os extremos do sistema turístico. Do ponto de vista dos destinos, nomeadamente insulares, como as ilhas Gregas, Baleares, Canárias, Madeira ou Açores; e do ponto de vista dos maiores mercados emissores, como o Reino Unido, Escandinávia ou Alemanha, que dependem deste modo para o eficiente acesso às áreas destino.

Em segundo lugar, a análise histórica do desenvolvimento dos fluxos de Transporte Aéreo e de chegadas de turistas internacionais, mostra, na Europa e no Mundo, curvas paralelas, com a tendência consistente do maior crescimento do Transporte Aéreo sobre o turismo internacional, contribuindo assim para a procura turística induzida.

A importância do Transporte Aéreo para o desenvolvimento do turismo na Europa, é, de acordo com este autor, adicionalmente suportada por outros factores, nomeadamente socio-culturais.

Assumindo a premissa das longas distâncias entre os países geradores e os países receptores de turismo na Europa e adicionando a tendência de repartição e diversificação dos períodos de férias em *short-breaks*, Vellas nota que a utilização do Transporte Aéreo está a substituir o transporte terrestre, superior em volume, mas agora limitado aos períodos de férias mais longos, onde a sua utilização se pode tornar eficiente.

A conjunção destes factores suporta o corolário da grande proximidade do desenvolvimento do Transporte Aéreo e do turismo na Europa.

Esta constatação levanta, no entanto, a discussão sobre a liberalização do Transporte Aéreo e o consequente desenvolvimento de estratégias das companhias aéreas, pró procura turística, quando estavam tradicionalmente mais orientadas para a exploração do tráfego de negócios. Nestas condições existe um grande grau de complementaridade entre os interesses do turismo e de outros sectores da economia como o Transporte Aéreo.

Apreciando o desenvolvimento dos fluxos de Transporte Aéreo por regiões, as estatísticas permitem observar que a Europa ocupa o 1º lugar em termos de tráfego internacional, por um lado pela sua posição geográfica privilegiada e por outro lado, como consequência indirecta do tráfego turístico intra-europeu.

As estatísticas de crescimento do tráfego da última década registam um crescimento anual de 4%. A análise económica da procura de transporte aéreo explica o forte crescimento do tráfego de passageiros, essencialmente pela alta elasticidade procura-preço, assim como a própria estrutura tarifária das companhias aéreas que permite maximizar a receita de acordo com a antecedência da compra do bilhete.

Apesar do rápido crescimento, o Transporte Aéreo internacional mantém-se como um sector de difícil gestão, por estar exposto a crises periódicas que afectam as companhias aéreas, como a actual crise petrolífera.

Globalmente, a procura está particularmente concentrada. Como referido no Capítulo 2, a Europa representava em 2004, 56%, seguida da região Ásia-Pacífico com 19% e posteriormente das Américas com 17%, prefazendo estas regiões um valor acumulado de 92% dos mercados emissores totais.

Debruçando-se o caso europeu, Vellas considera que o transporte aéreo na Europa é na maioria dos casos um factor determinante no desenvolvimento do turismo internacional. O transporte aéreo na Europa depende em primeira instância das características nacionais, sendo evidente que os países geradores da Europa do norte tem um coeficiente de utilização deste modo, bastante superior aos países da Europa do sul.

Os fluxos de transporte aéreo internacional são muito diferentes de acordo com a capacidade exportadora ou importadora de turismo internacional, reconhecendo-se nitidamente um fluxo predominante da Europa do norte para a Europa do sul e de costa mediterrânea que o autor justifica por razões históricas, económicas e sócio-culturais. No entanto, nota ainda que da análise dos maiores fluxos ponto-a-ponto na região europeia, resulta que o desenvolvimento do transporte aéreo suporta-se maioritariamente nas viagens de motivos pessoais e de negócios, revelando paralelamente o peso do turismo de lazer quando avaliadas em particular cidades ou regiões com este forte cariz.

No caso do turismo de lazer, Vellas visita a realidade das ilhas europeias, como as tradicionais ilhas Gregas, Baleares ou Canárias em Espanha ou mesmo Madeira ou Açores no caso Português. A análise do turismo nas ilhas destino permite demonstrar o papel verdadeiramente essencial do transporte aéreo no seu desenvolvimento turístico e em particular das quotas de tráfego *charter* e regular, uma vez que o primeiro compete com o segundo durante a época alta, abandonando o mercado durante a época baixa.

5.4.1. Benefícios do Transporte Aéreo para o Turismo na Europa

Do seu estudo da relação entre turismo e transporte aéreo na região europeia, Vellas (2000), identifica quatro factores que considera como maiores responsáveis pelo crescimento do modo aéreo na Europa e consequente benefício do turismo.

Charter

O desenvolvimento dos voos charter é um fenómeno essencialmente europeu, ligado principalmente aos países mediterrâneos. Certas rotas intra-europeias são essencialmente turísticas, baseadas em operações não regulares, *charter*, como é o caso de Espanha, Grécia ou Turquia.

Liberalização

Entre os factores relativos ao Transporte Aéreo, susceptíveis de promoção do desenvolvimento turístico na Europa, a liberalização do Transporte Aéreo nos países membros da União Europeia é certamente um dos decisivos.

O maior contributo desta liberalização é o estabelecimento da total liberdade de acesso ao mercado, por qualquer companhia aérea europeia; a possibilidade de cabotagem e a livre criação de rotas charter, possibilitando um desenvolvimento significativo do turismo.

Low-cost

O desenvolvimento de companhias *low-cost*, é na Europa um novo fenómeno, resultando da possibilidade de acesso ao mercado oferecida pela liberalização, permitindo a estas companhias uma estratégia de baixo custo, significativamente inferior à maioria das companhias aéreas tradicionais.

Estas companhias seguem o exemplo da Southwest Airlines dos EUA, alcançando reduções de custos significativos, através de:

- Frota formada por tipo único de avião, reduzindo custos de manutenção e formação de pilotos;
- Uso intensivo do avião, com horários mais alargados, incluindo voos noturnos;
- Limitado serviço a bordo + cobrança;
- *Marketing* directo via call centers e internet;
- Não participação em GDS;
- Utilização de aeroportos regionais, com *slots* disponíveis e taxas mais baratas.

Esta estratégia tem permitido o seu rápido crescimento na Europa, representando actualmente apenas 5% do tráfego total, por comparação com mais de 25% no caso dos EUA.

Procura Induzida

O desenvolvimento do transporte aéreo e do turismo internacional na Europa têm mostrado a mesma tendência de crescimento sustentado ao longo dos últimos vinte anos. No entanto o crescimento do transporte aéreo tem sido genericamente mais rápido do que o crescimento do turismo internacional, constituindo um factor de procura induzida a favor do turismo.

5.4.2. As Estratégias Turísticas das Companhias Aéreas

Na investigação de Vellas é possível notar ainda que da liberalização e desregulamentação do transporte aéreo na Europa emergem dúvidas quanto às estratégias turísticas das companhias aéreas. Esta propensão pode significar o afastamento ou abandono da estratégia de integração vertical e diversificação no sector do turismo, em troca por uma reconcentração na actividade específica do Transporte Aéreo.

Já vincada nos EUA, esta concentração, implica que companhias europeias se retirem de sectores participados com as redes de hotéis, agências de viagens, operadores turísticos ou mesmo companhias aéreas *charter*. Vellas cita o caso da Air France, que em 2000, se tinha retirado das suas participações na rede Méridien Hotels; nos operadores turísticos Jet Tour e Go Voyage; tendo já cessado as operações da sua subsidiária companhia *charter*, Air Charter International desde 1998. Esta tendência, por outro lado, originou um processo inverso, de diversificação da actividade dos maiores operadores turísticos, integrando agora as suas próprias companhias aéreas e redes de hotéis. Este é o caso da Nouvelles Frontières, via a companhia Crossair e a rede de hotéis Palladiens.

Complementarmente, Pender (2005) na sua avaliação da gestão dos maiores operadores turísticos na Europa, revela esta mesma tendência de diversificação. Como ilustrado na tabela anterior, o maior operador turístico europeu, TUI, regista uma dimensão e diversidade de negócios, verdadeiramente assinalável.

Tui AG	
Receitas (2001)	22 Bilhões de Euros
Agências de Viagens (Retalho)	3.700
Operadores Turísticos (Marcas)	81
Base de clientes	22 Milhões
Hoteis	285
Aviões	88
Colaboradores	70.000

Tabela 5.3 – Composição do Grupo TUI AG. Adaptado de Pender 2005.

Segundo Vellas, estas estratégias não se revestem exclusivamente em considerações financeiras de necessidade de concentração do capital das empresas. São em grande medida consequências da liberalização dos transportes aéreos e da globalização destas duas indústrias. De facto, liberalização da regulamentação europeia, leva à diminuição das barreiras de entrada no mercado europeu, tornando-o mais volátil, do ponto de vista das companhias aéreas ditas tradicionais.

O desenvolvimento de novos produtos e a maior concorrência, reforçam a escolha do consumidor, mas fragilizam as posições dos *players* nos mercados, que se retraem de uma oferta de produtos mais alargada, quando o cliente pode mais facilmente ser atraído por um concorrente. Por outras palavras, o risco percepcionado de operação em certos mercados “não-core”, tornou-se demasiado elevado, levando à diminuição ou retirada dos mesmos.

Nestas indústrias lideradas por gestores profissionais, as companhias aéreas optam pela opção estratégica – concentração, focando-se na sua actividade fundamental visando o maior reforço do seu valor e posição estratégica. Neste contexto, há que garantir a lealdade dos clientes, oferecendo mais serviço - em valor ou quantidade – que os seus concorrentes.

Por esta razão, refere Vellas, as companhias aéreas realinham a sua estratégia e o seu investimento no sentido da valorização da sua actividade base, através de vários instrumentos; participação em alianças estratégicas; criação de *hubs*; constituição de GDS; FFP; renovação de frotas e privatização.

Os FFP – Programas de Fidelização de Clientes, nomeadamente, são hoje um dos maiores instrumentos de *marketing* e promoção para as companhias, permitindo conhecer melhor o perfil do seu cliente e focando com precisão as suas actividades promocionais.

5.5. Avaliação de Políticas de Turismo e Aviação

De acordo com Wheatcroft (1994), os objectivos das políticas de turismo podem ser contidos em quatro grandes grupos: económicos, sociais, ambientais e culturais. Diversos autores sustentam também a existência de objectivos políticos.

No entanto, na generalidade e para o interesse do objecto em estudo, o objectivo primeiro do turismo prende-se com o seu impacto económico.

O seu impacto económico, à luz da investigação de Wheatcroft, inclui normalmente a avaliação dos seguintes componentes:

- O crescimento da receita nacional/PIB
- O emprego no turismo
- As receitas cambiais líquidas
- O desenvolvimento regional
- Receitas do Estado.

A avaliação do contributo do turismo para a receita nacional, não tem um cálculo linear pela própria denominação das actividades económicas que o compõem, pelo que não se apresenta com um sector específico, nas contas da contabilidade nacional. As actividades e despesas dos turistas encontram-se espalhados por diversas actividades económicas.

A Conta Satélite do turismo nacional, como proposta pela WTO, pretende exactamente a criação de um *standard* único de classificação das actividades turísticas, tornando-as precisamente quantificáveis e comparáveis com outros sectores ou economias.

No entanto, existe consenso geral que o maior objectivo económico de qualquer política turística será a maximização da receita nacional e o seu crescimento sustentado.

Segundo o pensamento deste autor, o objectivo do emprego, relaciona-se directamente com o primeiro, porquanto o emprego gera rendimento das famílias, a introduzir de novo na economia, por via do seu consumo. Na generalidade, o aumento do turismo produz um elevado e rápido impacto no emprego de qualquer país, por ser uma indústria de

trabalho-intensivo e por ter necessidades de emprego relativamente pouco especializadas. O objectivo do emprego, no entanto, variará de acordo com o país, dependendo do uso competitivo do emprego noutros sectores económicos e no volume da procura de emprego, relativamente à sua oferta. Um país com uma taxa de desemprego elevada, estará bastante mais interessado no aumento do turismo por este seu potencial específico, do que um país com uma taxa de desemprego relativamente marginal.

As receitas cambiais líquidas, por seu lado, são habitualmente o objectivo inicial das políticas de turismo de países em vias de desenvolvimento, dada a sua capacidade imediata de produzir riqueza em moeda estrangeira. Por este facto, estes países tendem a medir o sucesso do seu turismo pelo número de entradas de visitantes e não pelo volume do gasto diário dos mesmos, como farão regiões mais desenvolvidas. Esta óptica pode gerar uma noção sucesso oposta à realidade por não se contabilizarem as fugas cambiais. Em países com um pequeno grau de produção própria, o volume bruto das suas receitas cambiais é inconclusivo, até se contabilizarem as despesas cambiais da obtenção dos produtos necessários à satisfação das necessidades dos turistas. Estas fugas, segundo Wheatcroft, estão habitualmente ligadas a:

- Importação de equipamentos e material de construção;
- Importação de bens de consumo;
- Repatriação do rendimento dos estrangeiros;
- Repatriação dos lucros dos estrangeiros;
- Juros pagos por empréstimos estrangeiros;
- Despesa de promoção internacional.

Estas importações em sentido lato, são reconhecidas como fugas primárias ou directas. Numa análise mais profunda, pode ser discutido o reconhecimento de fugas secundárias, se se considerar a própria importação de bens de consumo pelos residentes e outras importações extraordinárias de residentes, fora do seu âmbito tradicional por imitação do comportamento dos turistas. Considerando só as fugas primárias, o seu volume varia de acordo com o estágio de desenvolvimento da economia do país. Este intervalo, pode atingir tipicamente 40 ou 50% no caso de uma pequena economia de um destino insular, a menos de 10% num país com uma economia mais desenvolvida.

Comparativamente com outras indústrias, o turismo revela um forte impacto no desenvolvimento regional, factor altamente valorizado pelo Estado. Se por motivos de desenvolvimento regional o Estado promovesse a instalação de uma indústria, teria certamente de valorizar a região, promovendo benefícios ou subsídios à instalação de empresas. No caso do turismo, no limite, a valorização das regiões é feita pelos seus recursos naturais, desprovidos de custos e incorporando e ilustrando o seu próprio valor perante agentes públicos e privados.

O Estado, fica deste modo liberto para providenciar a promoção do destino e a criação de infra-estruturas necessárias ou desenvolvimento do sector privado.

Finalmente, considerando os pontos de desenvolvimento anteriores, é produzida riqueza e portanto gerada receita do Estado, por meio de impostos e taxas sobre os bens e rendimentos do turismo, financiando as despesas deste sector e do Estado em geral. O ponto fulcral deste tema, prende-se com o equilíbrio da sua aplicação por comparação com outras indústrias e a contenção do seu aumento limitando a sustentabilidade.

A aplicação desequilibrada de impostos elevados, torna o destino menos competitivo; limitando a procura; limitando a base colectável e por consequência as próprias receitas do Estado.

Esta discussão, estabelece as bases para a avaliação sistemática dos custos e benefícios comparativos de estratégias alternativas. O trabalho de Wheatcroft (1994) estabelece uma metodologia para a comparação das políticas de turismo e aviação, aplicável na sua essência à economia de qualquer país. Na sua investigação são usados os exemplos antagónicos de uma pequena economia insular e de uma economia desenvolvida, com um sector turístico de grande dimensão. A possibilidade de generalização das suas conclusões resulta do facto dos efeitos encontrados se revelarem semelhantes mas com volumes totalmente diferentes, de acordo com o grau de desenvolvimento das economias.

O impacto do primeiro caso, deriva essencialmente de uma política da aviação demasiado proteccionista, limitadora do crescimento do turismo. Já no segundo caso escolhido para análise, trata-se de um ambiente económico mais desenvolvido, onde as companhias aéreas competem efectivamente num mercado mundial, retendo uma posição competitiva, mesmo não protegidas por uma política do Transporte Aéreo proteccionista.

Segundo Wheatcroft, mesmo neste contexto é totalmente justificado o cálculo dos benefícios de políticas alternativas de Turismo e Transporte Aéreo. Muito especificamente deve ser avaliado se as políticas de aviação tradicionais, ao preservar metade do tráfego para as companhias aéreas nacionais, não inibem os benefícios económicos decorrentes do aumento do crescimento do turismo, por via de uma política mais liberal.

De acordo com o autor, considerando a dimensão de funcionamento desta economia teórica, as necessidades de investimento necessárias podem ser calculadas, considerando como referência um aumento anual de um milhão de turistas.

Neste contexto Wheatcroft começa por comparar o investimento necessário em termos de alojamento e aeronaves, necessários ao processamento deste número de turistas. Para o alojamento, define três parâmetros base: estada média; camas por quarto e taxa de ocupação; calculando o numero de quartos necessários, distribuídos pelas categorias de três, quatro e cinco estrelas. Já relativamente às aeronaves adicionais necessárias para transportar um milhão de turistas adicionais, define a distância média dos mercados de origem, a dimensão óptima das aeronaves, a sua utilização anual e o seu *load-factor*. Posteriormente, define uma receita média para o alojamento, conjugando o número de turistas; a estada média e o gasto médio diário. No caso da companhia aérea, define uma receita média por passageiro-km, considerando que por via dos acordos bilaterais as companhias áereas nacionais, transportariam metade do tráfego.

Desta primeira fase, conclui que o impacto económico de um milhão adicional de turistas na receita bruta associada ao alojamento é 1,7 vezes superior à receita bruta obtida pelas companhias aéreas nacionais.

Apesar deste valor se considerar conclusivo, Wheatcroft adiciona a noção anteriormente referida das fugas da economia nacional. Neste cenário, nota que na economia desenvolvida referida, o investimento na capacidade adicional de alojamento por via da construção de mais hotéis, seria facilmente absorvida pela economia nacional, dada a generalidade produtos e equipamentos necessários para este objectivo. Como referido, a esta construção estariam porventura associadas fugas no valor de 10%.

Já no caso da compra de aeronaves, o contexto seria bastante diferente, por via da capacidade da sua produção, limitada a um pequeno lote de países e concentrada

essencialmente em apenas duas marcas: Boeing e Airbus. Por este motivo, o investimento em novas aeronaves, implicaria, se a pronto, 100% de fuga da economia nacional, ou em caso de *leasing* uma percentagem considerável paga a financiadores estrangeiros.

Em posse destes pressupostos e assumindo uma fuga de 10% na construção dos hotéis e 40% na compra das aeronaves, Wheatcroft volta a calcular o impacto económico de um milhão adicional de turistas nas receitas destes dois sectores, registando agora um impacto na receita líquida associada ao alojamento, 2,5 vezes superior à receita líquida obtida pelas companhias aéreas nacionais.

Mais relevante do que a contestação da metodologia, das variáveis ou mesmo dos rácios encontrados por Wheatcroft, será o levantamento da oportunidade do potencial da avaliação destas políticas sectoriais. De facto, a própria escala do investimento necessário aos aumentos de frotas, tem progressivamente convencido os Governos, dos benefícios financeiros significativos decorrentes de políticas de transportes aéreos mais liberais. Numa perspectiva integral da economia nacional, não exigida sectorialmente, mas fundamental no caso dos Governos; a liberalização das políticas nacionais de transporte aéreo, nomeadamente no que respeita aos acordos bilaterais, podem contribuir para uma redução da quota de tráfego das companhias aéreas nacionais, compensada no entanto e mais que proporcionalmente, pela geração de receita do sector alojamento assim como nos restantes sectores de actividade que compõem o turismo.

Em adição à óptica financeira de políticas alternativas nestes sectores, Wheatcroft, adiciona uma componente social, calculando da mesma forma o impacto destas alternativas na geração de emprego. Definindo de igual modo, os parâmetros associados ao emprego na hotelaria e às várias categorias de *staff* necessárias à operação das aeronaves, conclui que o investimento na compra de uma aeronave, geraria emprego para 400 pessoas, por comparação igual investimento em alojamento, gerando emprego directo para 1500 pessoas e emprego total para 3750 pessoas.

Este é mais um elemento a ter em conta pelos Governos no julgamento de políticas de Transporte Aéreo proteccionistas, em face da sua potencial restrição do turismo e da criação de emprego.

5.6. OCDE – Avaliação de Políticas Nacionais de Turismo

Desde 1982 que a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, OCDE, através do seu comité para o turismo, avalia regularmente as políticas nacionais de turismo dos seus membros, visando o aprofundamento da compreensão dos temas actuais das políticas turísticas, os seus sucessos e falhas, e a avaliação dos impactos económicos, sociais e ambientais das mesmas. Nestas revisões é possível identificar claras referencias ao transporte aéreo elemento instrumental e catalizador do turismo.

De entre alguns países revistos, está o caso Australiano, em 2003, onde foi reconhecido o esforço levado a cabo de reforma do turismo, considerando nomeadamente o acesso a transporte aéreo internacional competitivo como critico para as perspectivas de crescimento do turismo australiano. Adicionalmente, considerando o isolamento geográfico, a dimensão e a dispersão populacional da Austrália, o comité considerou necessária a continuação de uma política de transporte aéreo liberal e pró-concorrencial, como instrumento de suporte do seu tráfego internacional e doméstico.

Já em 2002, na análise do caso Japonês, a OCDE relevou como altamente positivo a constituição do Ministério Japonês do Território, Infra-estrutura e Transporte, contendo a tutela da Política Turística. Esta estrutura demonstra e reforça as relações bilaterais entre a política do turismo e a infra-estrutura, o desenvolvimento regional e a política de transportes, enquadrando o interesse japonês da definição de política de turismo como mais uma política económica orientado para o crescimento do país.

Finalmente, já em 2004, o comité de turismo da OCDE avaliou a Política Nacional de Turismo da Irlanda e reconheceu o esforço de recuperação da competitividade do turismo Irlandês. Foram identificadas entre outros, melhorias significativas na oferta, qualidade e competitividade dos acessos por mar e por ar, por exemplo através das bem sucedidas estratégias *low-cost* das duas principais companhias aéreas irlandesas.

Este reforço positivo do turismo Irlandês, resultou da cooperação das autoridades do turismo com outras autoridades governamentais, visando a coerência e complementaridade da política de turismo com, nomeadamente, as políticas de concorrência, transportes, infra-estruturas e ambiente.

5.7. Turismo e Transporte Aéreo em Portugal

A análise do turismo e do Transporte Aéreo, na generalidade ou numa localização geográfica particular, carecerá sempre da compreensão da interacção destes temas num sistema global mais abrangente e não, como tem sido amplamente discutido ao longo dos Capítulos anteriores, como sectores independentes.

Tomando a liberdade de começar pelo princípio, como revisto no Capítulo 1, merece a pena recordar o sistema base do turismo de Leiper, para localizar a necessidade dos transportes. Como refere Leiper, a terceira componente do sistema de turismo é a indústria turística, que se compreende como a panóplia de organizações e actividades envolvidas na existência do produto turístico. Segundo este modelo, estes sectores facilitadores identificam-se com a sua localização no sistema: as agências de viagem e operadores porventura mais junto das regiões geradoras; os sectores de acomodação e atracções mais junto das áreas destino, com o sector dos transportes essencialmente nas regiões de trânsito.

Este conceito será de fácil compreensão se se concordar sobre um paradigma fundamental, relativo à inexistência de razão ou valor para o transporte, sem a sua característica funcional primordial de elo de ligação entre duas regiões. Adicionalmente, a componente indivíduos e as suas motivações serão imprescindíveis à vontade ou necessidade de deslocação e por consequente de transporte.

Finalmente, como definido no Capítulo 1, a classificação estatística da WTO, define claramente a noção de viajante, de visitante e posteriormente de turista; resultante do viajante que permanece pelos menos uma noite no local visitado. A noção de turista refere-se ao prolongamento da sua estada, contendo por isso qualquer motivo de visita, nomeadamente negócios e lazer, ao contrário de denominações menos precisas genericamente utilizadas.

Aplicando este raciocínio a Portugal, revela-se que de acordo com as estatísticas mais recentes da DGT, Portugal registou me 2003, 27.5 milhões de visitantes, onde a vizinha Espanha representou uma contribuição de 75%.

Do total de visitantes, registaram-se 11,7 milhões de turistas, mantendo ainda a Espanha uma posição de relevo, contribuindo com 46% do peso total e em que o *ranking* dos cinco maiores mercados representam um peso conjunto de 80%.

No mesmo ano, a ANA Aeroportos de Portugal registou um movimento de 18,1 milhões de passageiros, em cujo conceito estão contidos visitantes e turistas.

Complementarmente, os dados da DGT especificam que o transporte por modo aéreo representa 77% do peso total de turistas, cuja motivação se repartiu 85% para lazer e 11% para negócios. A clareza deste cenário, revela a dimensão dos componentes envolvidos, a participação dos sectores e as motivações decisórias da visita a Portugal.

Neste contexto, basear o hipotético planeamento do sector do Transporte Aéreo em Portugal, incluindo avultados investimentos em companhias aéreas e aeroportos, num par de projecções de tráfego ou em estratégias de baixo custo, parece, mais do que um eventual equívoco, uma simplificação da cadeia de valor do sistema turístico e das suas verdadeiras variáveis dependentes. Considerar que, por hipótese, um aeroporto se torna mais atractivo por praticar preços mais baixos, é omitir que o aeroporto, ou mesmo a companhia aérea *per si*, representam valor zero. O início da sua valorização obtém-se quando estes se incorporam como componente instrumentais de um destino.

O turista não viaja para um qualquer aeroporto ou numa qualquer companhia aérea, pelo facto de viajar, apesar desta motivação poder representar um segmento turístico muito específico. A capacidade de atracção do turista é pela área-destino e não por uma componente intermédia do sistema.

Em resumo, hipoteticamente, não é o acto de planeamento ou investimento que se coloca em causa, mas sim o racional inerente a esse acto, que pode pecar por uma visão demasiado estreita da realidade, criando a ilusão de que o seu planeamento intermédio será decisório no enquadramento geral. Ao melhor, conseguir-se-á ganhos de eficiência intermédios e benefícios individuais para elos da cadeia de valor. No entanto, na eventualidade deste tipo de análise ser efectuada, não se poderia deixar de cogitar o efeito multiplicador total gerado pela percepção global do sistema e das verdadeiras variáveis decisórias que o movem.

5.8. Conclusão

O turismo e o transporte aéreo, são, no contexto do progresso actual, dois fenómenos cada vez mais umbilicalmente dependentes entre si.

O estágio de desenvolvimento do turismo de massas que se reconhece desde as últimas décadas foi apenas possível pelo resultado directo dos avanços tecnológicos na aviação decorrentes da II GGM, permitindo trazer à aviação a jacto comercial a racionalidade económica essencial ao seu crescimento. Consequência deste avanço, qualquer destino no mundo passou a ser uma realidade, somente a algumas horas de distância, deveras caracterizando a noção de acessibilidade global como nunca ocorreu.

No caso de destinos insulares ou de difícil acesso, o transporte aéreo revela ainda mais peso, tornando-se amiúde o único método de transporte possível em termos de tempo e conveniência.

Este é manifestamente o caso português, por duas ordens de razão: por um lado, pela existência da sua única fronteira terrestre com Espanha e com a Europa; e por outro lado, pelo acesso às suas maiores raízes históricas e económicas e culturais, localizadas em África e no Brasil.

Em face deste condicionalismo, o planeamento do desenvolvimento do turismo em Portugal, terá indubitavelmente, como se deduz dos dois capítulos anteriores, de conter o planeamento do transporte por modo aéreo como condição necessária ao seu óptimo desempenho.

Claramente se reconhecerá a prioridade a dar ao efeito multiplicador resultante desta visão global do sistema e da interpretação das suas verdadeiras variáveis dependentes.

Capítulo 6 - Metodologia

6.1. Introdução

“**Metodologia** s.f. **1** subdivisão da lógica que estuda os métodos técnicos e científicos; **2** arte de dirigir o espírito na investigação da verdade; **3** conjunto de regras para o ensino de uma ciência ou arte; **4** didáctica do grego tratado do método” (Porto Editora, 2006).

Os capítulos anteriores introduziram temas fundamentais no enquadramento do objecto do estudo do turismo que se pretende com esta tese, permitindo identificar o problema de partida: a avaliação da necessidade de convergência estratégica das políticas nacionais de turismo e transporte.

O Capítulo 1, definiu as diferentes perspectivas de análise do turismo e ilustrou os conceitos que lhe estão associados. Revelou-se a abrangência da sua actividade e o foco económico sob o qual esta indústria recebe grande parte do seu interesse.

Reconheceu-se a diversidade do que se considera a actividade do turismo e os relacionamentos multilaterais desta indústria dentro do universo das actividades económicas.

Neste âmbito, no capítulo seguinte, foi progressivamente avaliada a sua escala e volume, do ponto de vista mundial aos pontos de vista progressivamente mais específicos, como a sua escala europeia e portuguesa. Permitiu-se assim o reconhecimento das maiores regiões emissoras e receptoras de turismo, assim como o peso histórico e absoluto da realidade europeia. Finalmente, analisou-se obrigatoriamente o caso português incluindo variáveis explicativas como as motivações, meios de transporte ou receitas.

Reconhecida a magnitude e as estruturas da indústria, o Capítulo 3, ilustrou os impactos sociais, culturais e ambientais do turismo, reforçando a necessidade do seu eficiente planeamento, assim como o papel fundamental de intervenção do Estado, mesmo tratando-se de numa indústria essencialmente privada.

A complexidade dos contributos e impactos da gestão do turismo são então considerados e revelados no conceito de *destination management*, onde se concentra o maior objecto do turismo – a área destino.

Ao longo dos capítulos anteriores foi possível vislumbrar repetidamente o contributo da componente transporte para o sistema turístico. No Capítulo 4, esse contributo é claramente assumido, iniciando-se uma perspectiva mais específica da análise da relação biunívoca entre o transporte e o turismo. Nesse capítulo, são ilustrados os impactos bilaterais destes dois temas, mediante o recurso às perspectivas muito variadas da investigação de diversos autores.

Nas sequências dos capítulos anteriores e da análise mais específica levada a cabo no Capítulo 4, torna-se por demais evidente que o transporte por modo aéreo é o maior contribuinte para o turismo de massas da actualidade, revelando a sua posição dominante nos cenários mundiais, europeu e português. Por este facto e no contexto do trabalho em curso, ficam indiscutivelmente justificada a eleição exclusiva deste modo de transporte para a investigação proposta. Neste sentido, o Capítulo 5, ilustra a relação específica do Turismo com o Transporte Aéreo, através do trabalho diversificado de vários autores, sugerindo inclusive a avaliação das estratégias destas duas actividades.

Deste modo, considera-se neste momento definida, a exploração mínima dos temas teóricos, considerados fundamentais, à correcta introdução dos vectores de investigação desta tese. No decorrer deste capítulo, far-se-á a descrição detalhada do percurso adoptado, fundamentando as escolhas em função de objectivos. Por outro lado, identificar-se-ão igualmente, as maiores dificuldades encontradas, assim como as soluções propostas para as superar, visando minimizar impactos negativos na investigação.

6.2. Filosofia da Investigação

“**Ciência** s.f. **1** domínio do conhecimento com um objectivo predeterminado e um método próprio, fundamentado em relações demonstráveis objectivamente; **2** conhecimento exacto, racional, verificável que se expressa por leis; **3** investigação metódica das leis que regem os fenómenos; **4** arte ou prática baseada num corpo organizado de conhecimentos e regras; técnica; **5** extensão de conhecimentos sobre uma determinada matéria; instrução; **6** saber; **7** erudição; **8** *p/* disciplinas baseadas no cálculo e na observação” (Porto Editora, 2006).

O Dicionário da Língua Portuguesa, incluído na Diciopédia 2006 da Porto Editora, reconhece mais de seis aplicações para o vocábulo que se define como ciência.

Apesar desta diversidade, é possível registar que a definição de ciência se revela em dois componentes essenciais.

Por um lado a necessidade de conhecimento, de investigação ou descoberta; por outro lado, a sua realização através de um método próprio ou de um corpo organizado de conhecimentos e regras.

A investigação científica como um método próprio de investigação ou descoberta, relembram Pereira e Poupá, constitui uma vertente fundamental da vida académica, em cujo contexto, para a obtenção de um grau académico, está condicionada a realização e apresentação de um trabalho de investigação, como o presente, designado por tese.

O sociólogo Norbert Elias, citado por Veal (1997), define investigação como um processo de descoberta, de tornar conhecido algo anteriormente.

Este processo de descoberta abrange grande número de actividades, no entanto, segundo Veal, o que torna a investigação um instrumento da ciência é o seu propósito de avanço do conhecimento humano.

Deste modo, reconhece-se a investigação científica, segundo Veal, quando a mesma é conduzida sob as regras e convenções científicas, nomeadamente, ao basear-se na racionalização, no pensamento lógico e no exame sistemático das provas.

O modelo científico, idealmente, permite a replicação de processos, permitindo ao mesmo ou a outros investigadores, revelar semelhantes conclusões.

A noção de replicação referida por Veal, como método habitualmente aplicado a ciências físicas ou naturais como a química ou a física, revela maiores limitações ou mesmo impossibilidades quando se trata de ciências sociais.

De facto, lidando com indivíduos e o seu comportamento social, em ciências sociais, o sujeito torna-se menos previsível por se aperceber do exercício de investigação levado a cabo à sua volta, reagindo aos resultados da pesquisa e alterando o seu comportamento de acordo.

Por outro lado, a modificação constante do mundo social, limita ou impede mesmo, a possibilidade de réplica, pela obtenção de resultados semelhantes, em momentos e locais distintos.

Deste modo, ao lidarem com indivíduos como entidades sociais e como comunidades, a investigação em ciências sociais deve utilizar métodos e tradições próprias.

Não obstante a necessidade registada por Veal, de adaptação e modificação do modelo científico às ciências sociais, Quivy e Campenhoudt (2003) consideram que fundamentalmente, o problema do conhecimento científico põe-se da mesma maneira para os fenómenos sociais e para os fenómenos naturais: em ambos os casos há hipóteses teóricas que devem ser confrontadas com dados de observação ou de experimentação. Toda a investigação, deve, segundo o autor, responder a alguns princípios estáveis e idênticos ainda que vários percursos diferentes conduzam ao conhecimento científico.

Quivy e Campenhoudt, detalham adicionalmente as componentes do conhecimento científico, através das noções de procedimento e método.

O procedimento é uma forma de progredir em direcção a um objectivo. A exposição do procedimento científico consiste portanto em descrever os princípios fundamentais a pôr em prática em qualquer trabalho de investigação.

Por seu lado, os métodos, não são mais do que formalizações particulares do procedimento, portanto, percursos diferentes, concebidos para estarem mais adaptados aos fenómenos ou domínios estudados. Uma investigação social não é pois uma sucessão de métodos e técnicas estereotipadas que bastaria aplicar tal e qual se apresentam, numa ordem imutável.

Deste modo, concluem Quivy e Campenhoudt (2003, p. 25), “ao dar mais relevo ao procedimento do que aos métodos particulares, a nossa formulação, tem assim um alcance geral, podendo por isso aplicar-se a todo o tipo de trabalho científico em ciências sociais”. Ao contrário da diversidade dos métodos, a estrutura do procedimento científico é uma constante, cuja importância é amplamente citada pelos autores.

Segundo Gaston Balechard, referido por Quivy e Campenhoudt, o facto científico é conquistado, construído e verificado; conquistado pelos preconceitos; construído pela razão e verificado pelos factos.

O mesmo autor cita ainda *Le métier de sociologue* de Bordieu, de Chamboredon e Passeron em 1968, onde os autores descrevem o procedimento científico como um processo ordenado composto por três actos: ruptura, construção e verificação. Definem este processo ordenado como a hierarquia dos actos epistemológicos.

Veal, por seu lado, faz uma ilustração diferente deste mesmo contexto, identificando três tipos de investigação em ciências sociais, de acordo com o seu objectivo:

- Investigação descritiva,
- Investigação explicativa e
- Investigação avaliativa.

A noção de descoberta referida de Norbert Elias, enquanto processo de identificação e descoberta, é considerado pelo autor como investigação descritiva.

No entanto, o avanço do conhecimento humano não se limita à simples acumulação de informação. A investigação científica de tipo explicativo, revela o descrever do processo, o porquê dos acontecimentos. Finalmente, a terceira função da investigação é a avaliação, o processo de avaliação e valorização de programas ou políticas.

De igual modo, Pereira e Poupá (2004), reconhecem que o procedimento de investigação decorre em três etapas; conceptualização; construção e verificação.

A primeira etapa procura identificar e explorar o problema, formalizando o modo como se quer ver o mesmo colocado. A etapa seguinte diz respeito à construção do modelo de análise adequado especificamente ao tema em causa. Finalmente, a terceira etapa, recolhe e analisa as informações, validando as conclusões.

Ao considerar em particular a generalidade da investigação publicada, dedicada a lazer e turismo, Veal revela que a mesma não teve origem nas necessidades particulares desta indústria, mas no interesse que este tema encerra sob a perspectiva de uma diversidade de disciplinas académicas, como a sociologia, economia, geografia, psicologia, psicologia social, história ou filosofia.

Sociologia
Economia
Geografia
Psicologia
Psicologia Social
Historia
Filosofia

Tabela 6.1 – Disciplinas académicas associadas à investigação em turismo. Veal, 1997.

Ciente desta riqueza de perspectivas, o enquadramento da investigação de lazer e turismo é representado de modo simples por Veal, na figura seguinte, ajudando a perspectivar o relacionamento das disciplinas académicas com a dimensão ou dimensões do universo sobre a qual ou quais se debruçam.

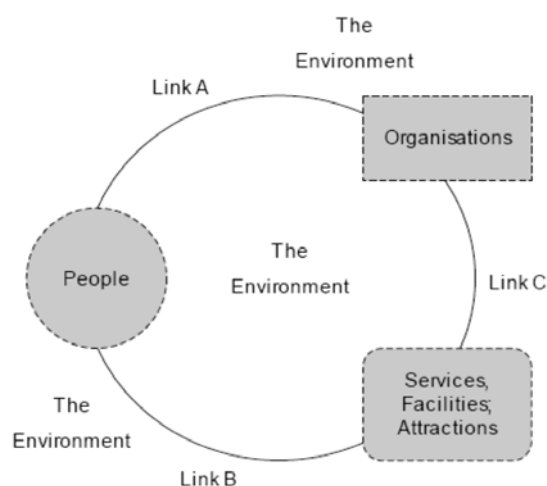


Figura 6.1 – Enquadramento do estudo do lazer e turismo. Veal, 1997.

O enquadramento de Veal, consiste em cinco elementos fundamentais. As pessoas “people”, as organizações, os serviços, infra-estruturas e atracções e ainda as interações entre estes elementos e o ambiente físico onde esta realidade se enquadra. Deste modo, as disciplinas académicas focam a sua perspectiva em componentes específicas.

A Sociologia, por exemplo, prende-se fundamentalmente com as pessoas e as organizações, ou seja o “link A”; a Economia ou a História debruçam-se sobre todo o sistema; ou a Geografia que se baseia no estudo do ambiente envolvente.

Adicionalmente, Veal reconhece igualmente dimensões transversais, às disciplinas habitualmente associadas à investigação do lazer e turismo.

Estas perspectivas que o autor discute de forma dicotómica, incluem nomeadamente as seguintes.

Teórico-Aplicado
Indução-Dedução
Empírico-Não empírico

Positivista-Interpretativo
Experimental-Não experimental
Dados primários-Secundários
Observada-Autoreportada
Quantitativo-Qualitativo

Tabela 6.2 – Perspectivas e Dimensões. Veal, 1997.

Às referidas perspectivas e dimensões de Veal, outros autores definem também como métodos de investigação.

Do leque de alternativas referidas na tabela seguinte, as mesmas, não devem ser consideradas, por si, correctas ou incorrectas, mas sim mais ou menos adequadas aos objectivos da investigação a realizar.

Conhecimento académico
Pensamento crítico
Revisão de literatura
Dados secundários
Observação
Métodos qualitativos
Inquéritos questionário

Tabela 6.3 – Métodos de Investigação. Veal, 1997.

Paralelamente com a questão das perspectivas e dimensões, também relativamente aos métodos agora apresentados, outros autores referem-se como técnicas de investigação ou recolha de informação.

Também Quivy e Campenhoudt, referindo-se ao modelo, consideram-no como um sistema de hipóteses articuladas entre si, explicando que se as hipóteses presumem relações entre conceitos, assim o método será também um conjunto de conceitos, logicamente articulados entre si, por relações presumidas.

Deste modo, segundo estes autores existem essencialmente dois modelos de construção.

Conceito	Hipótese	Modelo
Sistémico	Teórica ou deduzida	Teórico
Operatório	Induzida ou empírica	mimético

Tabela 6.4 – Conceitos, Hipótese, Modelos. Quivy e Campenhoudt, 2003.

O modelo teórico é hipotético-dedutivo, constrói conceitos sistémicos, hipóteses teóricas ou deduzidas, “partindo de um conceito ou postulado como modelo de interpretação e gerando através de um trabalho lógico, hipóteses, conceitos e indicadores” que posteriormente serão avaliados na realidade.

Por outro lado, o modelo hipotético-indutivo, qualificado por Pierre Bourdieu como mimético, produz conceitos operatórios e hipóteses empíricas, partindo, ao contrário do modelo anterior dos indicadores para o modelo. Neste caso, “a construção parte da observação” do real, com indicadores de natureza empírica, construindo a partir destes “novos conceitos e hipóteses e, consequentemente, o modelo que será submetido ao teste dos factos”.

De igual modo, para este autor, os principais métodos de recolha de informações, resumem-se aos seguintes, respectivamente adequados aos objectivos, condicionantes e tipos de universo previsto.

Inquérito por questionário
Entrevista
Observação directa
Recolha de dados secundários e documentais

Tabela 6.5 – Principais métodos de recolha das informações. Quivy e Campenhoudt, 2003.

Estas aparentes discordâncias entre termos utilizados por determinados autores, serão oportunamente aprofundadas no ponto 6.7, devidamente adaptadas ao contexto da investigação em curso.

6.3. O Problema

A investigação parte de um problema, de uma pergunta de partida de carácter operacional, “precisa, únivoca e realista, formulada com uma intenção de compreensão ou explicação da realidade – do objecto de estudo” (Pardal e Correia, 1995, p. 13).

Para o desempenho correcto da sua função, segundo Quivy e Campenhoudt e Campenhoudt (2003), a pergunta de partida deve apresentar qualidades de:

- Clareza
 - Ser precisa;
 - Ser concisa e inequívoca;
- Exequibilidade
 - Ser realista;
- Pertinência
 - Ser uma verdadeira pergunta;
 - Abordar o estudo do que existe;
 - Ter a intenção de compreensão dos fenómenos estudados.

No tema em investigação, a pergunta de partida operacional que constitui o problema decorre do facto de, em Portugal, os temas Turismo e Transporte se apresentarem como prioridades de desenvolvimento nacional, figurando com relevo nos programas e discurso dos últimos Governos.

Neste sentido, será legítimo tecer as seguintes interrogações:

- **Existe uma Política Nacional de Turismo?**
- **Existe uma Política Nacional de Transportes?**
- **Fará sentido a sua convergência estratégica?**

6.4. Conceitos

Segundo Goode e Hatt, citados por Pardal e Correia (1995, p. 13), “um conceito não é um fenómeno mas sim uma abstracção, uma construção lógica que adquire o seu significado dentro do esquema de pensamento no qual foi colocado”.

A precisão da investigação em ciências sociais obriga ao detalhe de determinados conceitos e termos de uso popular, ilustrando as perspectivas em que os mesmos, neste contexto, pretendem ser valorizados.

Assim e de acordo como o Dicionário da Língua Portuguesa da Diciopédia 2006 da Porto Editora, esclarecem-se os seguintes conceitos, directamente relacionados com o trabalho em curso:

“Política *s.f.* **1** ciência do Governo das nações; **2** arte de dirigir as relações entre os Estados; **3** princípios que orientam a atitude administrativa de um Governo; **4** conjunto de objectivos que servem de base à planificação de uma ou mais actividades”.

“Plano *s.m.* **1** projecto; ideia; **2** projecto elaborado com um objectivo específico e em que se estabelecem as várias etapas para o atingir; **3** conjunto de disposições necessárias para executar um projecto; planificação; programa; **4** Economia: instrumento principal e coordenador de toda a política económica de um Governo”.

“Convergência *s.f.* **1** acção ou efeito de convergir; **2** tendência para um resultado comum”.

“Estratégia *s.f.* **1** parte da arte militar que estuda as grandes operações da guerra e lhes prepara o plano; **2** estratagema; **3** táctica; **4** ardil”.

“Planeamento *s.m.* **1** acção ou efeito de planejar ou de planificar; **2** trabalho de preparação para qualquer empreendimento, no qual se estabelecem os objectivos, as etapas, os prazos e os meios para a sua concretização; **3** estabelecimento de um plano”.

“Turismo *s.m.* **1** arte de viajar, de conhecer lugares que não aquele onde se vive habitualmente; **2** tudo o que se relaciona com os serviços organizados de viagens de pessoas que praticam esta actividade; **3** movimento de turistas”.

“Investigação *s.f.* **1** acto ou efeito de investigar, inquirição, indagação; **2** estudo ou série de estudos aprofundados sobre determinado tema, numa área científica ou artística; pesquisa”.

Neste momento, é oportuno ilustrar o relacionamento entre os conceitos de Política e Plano.

Como Política, pretende-se revelar os princípios que orientam a atitude ou acção de um governo, assim como os objectivos que servem de base à planificação de uma actividade.

O conceito de Plano decorre e é inseparável da noção de Política, porquanto representa a sua excussão, enquanto instrumento principal e coordenador da mesma.

Pressupõe-se portanto que uma política se veja traduzida num plano, assim como um plano reverte os objectivos da uma Política.

O conceito de Plano é inclusive previsto na Constituição da República Portuguesa, artigos 91º a 95º, onde se estabelece como seu objectivo “promover o crescimento económico, o desenvolvimento harmonioso de sectores e regiões, a justa repartição individual e regional do produto nacional, a coordenação da política económica com as políticas social, educacional e cultural, a preservação do equilíbrio ecológico, a defesa do ambiente e a qualidade de vida do povo português.”

A natureza dos planos, remete-os para o Governo, como estabelecido no artigo 92º da CRP, definindo que “os planos de desenvolvimento económico e social de médio prazo e o plano anual que tem a sua expressão financeira no Orçamento de Estado e contém as orientações fundamentais dos planos sectoriais e regionais a aprovar no desenvolvimento da sua política económica, são elaborados pelo Governo, de acordo com o seu programa.”

6.5. Motivos e Metas

O projecto de investigação em curso fundamenta-se no interesse no estudo da associação entre os temas turismo e transporte, especificamente pelo modo aéreo, pela a sua relevância no turismo mundial como no caso português.

Dada a ausência de estudos em Portugal sobre esta temática, pretendeu-se realizar uma análise exploratória que poderá oferecer pistas para posteriores investigações neste âmbito.

Pretende-se com este projecto contribuir para uma melhor compreensão do fenómeno biunívoco Turismo-Transporte Aéreo, bem como o seu potencial de desenvolvimento em Portugal.

6.6. Objectivos e Hipóteses da Investigação

6.6.1. Objectivos

A assunção de Portugal como um destino turístico, quer de um ponto de vista académico, quer do ponto de vista empírico, recolhe certamente, independentemente da opinião, um reconhecimento generalizado.

De facto, hoje, a realidade contemporânea valida o ponto de vista empírico e define o destino turístico Portugal, independentemente de qualquer planeamento nesse sentido, histórico ou actual.

Parecerá indiscutível, portanto, que o destino Portugal conhecido hoje, terá sido resultante de forças internas e externas ao próprio país, assim como de esforços mais ou menos centrais do Estado, históricos ou actuais, de planeamento e organização desta actividade no contexto do país.

Se o reconhecimento da indelével lembrança histórica do turismo em Portugal, durante pelo menos o último século, deduz alguma forma de organização da actividade, será igualmente elementar identificar o papel do Transporte Aéreo para o turismo em Portugal.

Tomando como base as conclusões encontradas nos Capítulos 4 e 5, a componente transporte exerce um efeito determinante na acessibilidade e no desenvolvimento de um destino, justificando portanto a necessidade da sua avaliação.

Neste sentido, reportando-nos à realidade actual, **o objectivo geral da investigação desta tese pretende questionar a validade da convergência estratégica das Políticas Nacionais de Turismo e Transportes, em particular do Transporte Aéreo, de acordo com a sua relevância demonstrada.**

É importante detalhar neste momento, o que se prevê com os termos “Políticas” e “planos”, de acordo com a referência de Veal. Assim, consideram-se como políticas a definição de princípios, intenções e compromissos de uma organização ou instituição. Por outro lado, consideram-se como planos, estratégias detalhadas desenhadas para a implementação particular de Políticas, durante um periodo de tempo.

De igual modo, dos conceitos de Política e de Plano, ilustrados no ponto 6.4., traduziram a ligação entre os dois termos como uma relação complementar, dado que o plano baseia-se numa política, assim como da política decorrerá um plano que a executa.

Deste contexto, decorre **o primeiro objectivo específico da investigação desta tese, prendendo-se com a avaliação da componente transporte por modo aéreo, no contexto da actual Política Nacional de Turismo e portanto no destino Portugal.**

Visa-se assim conhecer, por um lado, a existência ou a dimensão de princípios ou intenções que interceptem o transporte por modo aéreo com os objectivos previstos para o desenvolvimento do turismo em Portugal.

Adicionalmente, no Capítulo 3, reconhecem-se os componentes públicos e privadas que compõem a complexidade do planeamento em turismo, nomeadamente a distância entre a posição central do Governo no planeamento de políticas de turismo e constituição eminentemente privada do funcionamento da actividade turística.

Deste cenário, deduz-se **o segundo objectivo específico da investigação, referente à avaliação, junto de reconhecidas instituições públicas e privadas representativas do planeamento e gestão do turismo nacional, da percepção do potencial contributo do Transporte Aéreo para o desenvolvimento do destino Portugal.**

A prosecução deste objectivo, implica antes de mais, a definição clara das organizações que dentro do enquadramento legal e institucional do turismo representam os seus interesses nacionais. Reconhecendo a composição pública e privada deste sector, indentificar-se-ão os departamentos governamentais, empresas, associações ou outras formas de organização, representativas do turismo em Portugal e em particular do transporte por modo aéreo.

Apesar do enquadramento do estudo limitar o seu objectivo ao exercício académico proposto, a difusão recente dos desenvolvimentos públicos previstos para o sector dos transportes em Portugal e a sua elevada dimensão, torna-os de incontornável apreciação. Após prolongado periodo de avaliação, a previsão de desenvolvimentos estruturantes como a construção de um novo aeroporto na capital, independentemente dos calendários previstos, é, por defeito, um factor intrinsecamente ligado ao turismo português.

Neste sentido, revela-se oportuna a introdução de um **terceiro objectivo específico desta investigação, que se prende com a avaliação da percepção da adequação das estratégias previstas para o desenvolvimento do NAL, aos objectivos definidos no planeamento e política nacional do turismo em Portugal.**

Prevê-se o alcance deste objectivo pela utilização de duas vias. Por um lado, associar o mesmo ao objectivo anterior, incluindo-o na avaliação da percepção do potencial contributo para o desenvolvimento do destino Portugal, deste desenvolvimento previsto. Por outro lado, não menos importante, avaliar a existência e o teor de referências, avaliações ou estudos do desenvolvimento do turismo em Portugal, no âmbito da documentação pública e oficial, disponível à data, sobre os planos de desenvolvimento deste projecto.

6.6.2. Hipóteses

Segundo Veal (1997), uma hipótese é uma proposição que prevê uma relação entre dois termos, tratando-se portanto de uma proposição provisória que deve ser verificada.

As hipóteses apresentam-se assim como respostas meramente provisórias às perguntas colocadas pela investigação.

No caso em estudo, foram formuladas quatro hipóteses que decorrem dos objectivos previstos e enquadram os métodos e técnicas escolhidos para a sua verificação.

Hipótese 1 – Não se vislumbra, de modo formal, uma Política Nacional de Turismo.

Isto é, existem referências dispersas ao tema mas não sob a forma de um corpo de pensamento comum, planeado e articulado com sectores e interesses complementares.

Hipótese 2 – Não se vislumbra, de modo formal, uma Política Nacional de Transporte, especificamente por modo aéreo.

Isto é, existem referências dispersas ao tema mas não sob a forma de um corpo de pensamento comum, planeado e articulado com sectores e interesses complementares.

Hipótese 3 – Existe a noção generalizada e a aceitação do contributo mútuo entre Turismo e Transporte Aéreo, mas não se vislumbram planos para a sua avaliação, quantificação ou optimização.

Hipótese 4 – O discurso político favorece esta interacção turismo-transporte, mas tem dificuldade em concretizá-la, nomeadamente no âmbito de novas decisões estratégicas.

6.7. Modelo Conceptual, Métodos e Técnicas de Investigação

6.7.1. Modelo Conceptual - Método

Apreciando métodos e técnicas de investigação e na sequência do ponto 6.2, é oportuno citar Pardal e Correria (1997), que descrevem a comum ambiguidade da noção de método que frequentemente se identifica com metodologia e técnicas de investigação.

Importa precisar a sua definição de método, como conjunto de operações, situadas a diferentes níveis que têm em vista a consecução de objectivos determinados, consistindo assim num plano orientador de trabalho.

Por outro lado, as técnicas de investigação não se incluem no plano conceptual orientador da investigação, mas “somente como instrumentos para a realização daquele”.

A argumentação do uso dos vocábulos, pode neste caso ser clarificada se se considerarem métodos ou técnicas de exploração ou recolha de informações, como os instrumentos do modelo conceptual da perspectiva da investigação, a que se chamará método.

O método científico segundo Ander-Egg, citado por Pardal e Correia, apresenta as seguintes características fundamentais:

- É fáctico, por ter uma referência empírica;
- Embora partindo dos factos, transcende-os
- Recorre à verificação empírica;
- É autocorrectivo e progressivo, por ajustar as suas próprias conclusões e permitir a utilização de novas técnicas;
- As suas formulações são do tipo geral;
- É objectivo, no alcance da verdade possível dos factos.

Ainda segundo, Pardal e Correia, é possível classificar os métodos de acordo com critérios de procedimento científico – de generalização, de centração no objecto de estudo, de obtenção e tratamento de dados e de quadros de referência. Já para outros autores, como Quivy e Campenhoudt (2003), a escolha dos métodos ou técnicas de exploração é um exercício universal mas casuístico, por depender da sua adequação aos objectivos da investigação, ao modelo de análise e às características do campo de análise.

Assim, a estratégica metodológica que orientou a conceptualização desta tese foi baseada no modelo que Quivy e Campenhoudt denomina de hipotético-indutivo e que Pierre Bourdieu, citado por estes autores (Quivy e Campenhoudt, p138), qualifica como mimético levando à produção de conceitos operatórios e hipóteses empíricas.

Ao contrário, por exemplo, do modelo dedutivo, a construção daquele, parte da observação da realidade, com base em indicadores de natureza empírica.

A partir daqui são construídos conceitos e hipóteses, submentendo, consequentemente, o modelo ao teste dos factos.

6.7.2. Métodos e Técnicas de Investigação

Neste contexto da argumentação referida, sobre modelo de investigação, métodos e técnicas, no âmbito da investigação em desenvolvimento, para cada um dos três objectivos individuais específicos, foram avaliadas as técnicas de recolha consideradas mais oportunas.

Objectivo 1

Avaliação da componente transporte por modo aéreo, no contexto da actual Política Nacional de Turismo e portanto no destino Portugal.

Como referido no ponto 6.6, visa-se conhecer a existência de princípios ou intenções que interceptem o transporte por modo aéreo com os objectivos previstos para o desenvolvimento do turismo em Portugal.

A primeira tarefa a desenvolver, será, portanto, a avaliação da existência de uma política relativa ao desenvolvimento nacional do turismo em Portugal, ainda que mais ou menos

definida, através da identificação dos principais documentos oficiais que a possam compôr.

Só através da identificação, definição e análise destes documentos se julga possível reconhecer o enquadramento legal e institucional do turismo em Portugal, por forma a conhecer o eventual contributo do Transporte Aéreo.

Se esta tarefa porventura se demonstrar inconclusiva, alternativamente e por exclusão de partes, será investigado o enquadramento legal e institucional do sector do Transporte Aéreo em Portugal, de modo a, num sentido inverso, localizar referências relevantes ao turismo no seio deste sector.

Neste contexto, por ser tratar de uma análise de documentos formais, foi escolhido o método de análise documental, recorrendo a dados secundários e documentais.

Objectivo 2

Avaliação, junto de reconhecidas instituições públicas e privadas representativas do planeamento e gestão do turismo nacional, da percepção do potencial contributo do Transporte Aéreo para o desenvolvimento do destino Portugal.

Como referido no ponto 6.6, a persecução deste objectivo, implica antes de mais, a definição clara das organizações que dentro do enquadramento legal e institucional do turismo representam os seus interesses nacionais.

Reconhecendo a composição pública e privada deste sector, indentificar-se-ão os departamentos governamentais, empresas, associações ou outras formas de organização, representativas do turismo em Portugal e em particular do transporte por modo aéreo.

Para tal, tomar-se-á como base, o trabalho de Inskeep (1991) na identificação das componentes do planeamento do turismo, responsáveis pelo seu desenvolvimento. Neste caso, identificam-se claramente a existência de entidades públicas e privadas, responsáveis pelo seu desenvolvimento.

Como foi demonstrado, apesar do reconhecimento da indústria turística como característica do sector privado, o papel do sector público representado pelo Governo ou pelo Estado é universalmente reconhecido pelas suas múltiplas funções de coordenação, planeamento, legislação e regulação, estímulo ou protecção, como identificado por Hall (2005). No que diz respeito à participação do sector privado, a perspectiva da Conta Satélite do Turismo, ilustrada no Capítulo 3, contribuirá adicionalmente para a

identificação detalhada das indústrias representantes formais do sector do turismo, nas Contas Nacionais.

Para este objectivo, por se pretender a análise de um problema ou tema específico, a avaliação da percepção dos actores sobre os seus valores, referências e experiências, foi escolhida técnica de entrevista, de “modo semi-dirigido” (Veal, 2003) ou “semi-estruturado” (Pardal e Correia, 1995), por se considerar a mais adequada.

A este método está associado o método de análise de conteúdo, com base no maior número de elementos de informação e reflexão, favorecidos pela entrevista.

A selecção do modo semi-dirigido, visou ainda colmatar dificuldades de formação teórica do investigador no âmbito da Psicologia Social, reconhecido o enviesamento possível da flexibilidade das posições de investigador e entrevistado. Produziu-se inclusive num número determinado e ordenado de questões, permitindo no entanto a maior abertura e espontaneidade do entrevistado que o método de entrevista permite.

Objectivo 3

Avaliação da percepção da adequação das estratégias específicas previstas para o desenvolvimento do NAL aos objectivos definidos no planeamento e política nacional do turismo em Portugal.

Prevê-se o alcance deste objectivo pela utilização de duas vias.

Por um lado, associar o mesmo ao objectivo anterior, incluindo-o na avaliação da percepção do contributo para o desenvolvimento do destino Portugal, deste desenvolvimento previsto. Por outro lado, não menos importante, avaliar a existência e o teor de referências, avaliações ou estudos do desenvolvimento do turismo em Portugal, no âmbito da documentação pública e oficial, disponível à data, sobre os planos de desenvolvimento deste projecto.

Consequentemente, a prosecução deste objectivo pretende valida-lo por duas técnicas de exploração: inicialmente através da sua inclusão na análise de percepção efectuada através da entrevista prevista no Objectivo 2, e posteriormente, tal como no Objectivo 1, recorrendo ao método de análise documental, recolhendo dados secundários e documentais.

Tendo em conta os três objectivos previstos, a escolha do método entrevista para a exploração do Objectivo 2, realçou a oportunidade de enriquecimento da recolha de informação para os Objectivos 1 e 3.

Por esta razão, três novas perguntas passaram a integrar a entrevista prevista, complementando-a e visando respectivamente aqueles objectivos.

Objectivo 1	Objectivo 2	Objectivo 3
Análise documental	Entrevista semi-dirigida	Análise documental
Entrevista semi-dirigida		Entrevista semi-dirigida

Tabela 6.6 – Objectivos e Técnicas de Recolha.

6.8. Amostragem

Segundo Ferreira (2003), Ryan aponta três factores que definem a escolha da dimensão da amostra:

- Recursos disponíveis
- Objectivos das pesquisa e exigências dos testes estatísticos a aplicar
- Grau de precisão e nível de confiança

No caso dos objectivos da pesquisa se prenderem com observações descritivas, refere a autora que, as amostras podem ter uma dimensão mais reduzida, do que quando se quer analisar variações de comportamento ou de atitude, face a determinadas características.

A convivência partilhada do turismo como actividade dos sectores público e privado, faz parte do discurso da maioria dos autores de turismo já citados, como Cooper (1999), Inskeep (1991), Pender (2005), Holloway (1999), Hall (2005) ou Elliot (1997), tendo ficado suficientemente clarificada ao longo do Capítulo 3.

Inskeep, nomeadamente, identifica os “elementos institucionais” como um dos componentes do desenvolvimento do turismo.

Esta noção de que o turismo resulta da conjugação de interesses de *stakeholders* públicos e privados, transportar-se-á na mesma medida para a selecção da amostra,

identificando representantes dos interesses destes dois sectores, no que aos objectivos desta tese diz respeito.

Consequentemente, de modo a encontrar os interlocutores mais representativos dos sectores público e privado, tomou-se a decisão de fazer a identificação dos elementos da amostra obedecer a três critérios fundamentais de selecção:

1. Representação formal de determinado sector ou subsector,
 - a. ao nível nacional ou
 - b. no topo da sua organização hierárquica;
2. Equilíbrio entre os sectores representados, através da identificação de apenas uma entidade ou organismo que melhor caracteriza o ponto anterior de determinado sector ou subsector;
3. Na eventual falta de um representante colectivo formal de um sector, selecção da entidade sua maior representante.

6.8.1. Sector Público

A constituição da República Portuguesa é o documento legal de base à definição e regulamentação do Estado Português, inicialmente aprovada e decretada pela Assembleia Constituinte em 2 de Abril de 1976 e posteriormente actualizada por vias de revisões constitucionais.

No seu texto, prevê a Organização Económica do Estado, através nomeadamente de Planos, art 91º a 95º, com o objectivo, como citado no art. 91º de “promover o crescimento económico, o desenvolvimento harmonioso de sectores e regiões”, assim como a “coordenação da política económica com as políticas social, educacional e cultural, a preservação do equilíbrio ecológico e a defesa do ambiente e a qualidade de vida do povo português”.

De acordo com o artigo 92º, “os planos de desenvolvimento económico e social de médio prazo e o plano anual que têm a sua expressão financeira no Orçamento de Estado e contém as orientações fundamentais dos planos sectoriais e regionais a aprovar no desenvolvimento da política económica, são elaborados pelo Governo, de acordo com o seu programa.”

O Governo surge assim inserido no capítulo da Organização do Poder Político, como um dos órgãos de soberania previstos no artigo 113º, cuja definição, prevista no artigo 185º, o descreve como o “órgão de condução da política geral do país e o órgão superior da administração pública” e cuja composição, prevista no artigo 186º, inclui o Primeiro-Ministro, Ministros e Secretários e Subsecretários de Estado.

A formação do Governo, de acordo com o artigo 190º é resultado da nomeação, pelo Presidente da República, do Primeiro-Ministro, ouvida a Assembleia da República e com base nos resultados eleitorais.

O documento de base do Governo formado é o chamado programa de Governo de onde constam as suas principais orientações políticas e medidas a adoptar ou a propor nos diversos domínios da actividade governamental, artigo 191º.

Neste contexto, o Decreto-Lei nº 79/2005 consagra a orgânica do XVII Governo Constitucional, actualmente em funções, adoptando uma estrutura governativa adequada ao comprimento do seu Programa de Governo.

Esta nova estrutura, extingue, entre outros, o Ministério do Turismo, nomeando entre outros, de acordo com as alíneas h) e j) do seu art. 2º, respectivamente o Ministro da Economia e da Inovação e o Ministro das Obras Públicas, Transportes e Comunicações.

Os Ministros da Economia e da Inovação e Ministro das Obras Públicas, Transportes e Comunicações, são coadjuvados no exercício das suas funções, entre outros, por, respectivamente, o Secretário de Estado do Turismo e o Secretário de Estado Adjunto das Obras Públicas e das Comunicações, de acordo com a redacção, respectivamente, dos pontos 9 e 11 do art. 3º do mesmo diploma.

1. Secretaria de Estado do Turismo

O topo da organização do turismo no contexto do actual sector público português, encontra-se representado pela Secretaria de Estado do Turismo, integrada no Ministério da Economia e da Inovação.

A criação do Ministério da Economia e da Inovação é identificada no art. 17º do Decreto-Lei nº 79/2007.

Posteriormente, o Despacho nº 13 027/2005 (2ª série) de 14 de Junho, do Ministro da Economia e da Inovação, identifica as delegações de competências dos seus Secretários de Estado. O ponto 3. revela as competências delegadas no Secretário de Estado do Turismo para superintender e despachar os assuntos relativos aos seguintes serviços e organismos :

- a) Direcção Geral do Turismo;
- b) Inspecção-Geral de Jogos;
- c) Instituto de Formação Turística, IP;
- d) Instituto de Turismo de Portugal
- e) Conselho para a Dinamização do Turismo;
- f) Regiões de Turismo e Juntas de Turismo;
- g) Comissão Nacional de Gastronomia.

Em adição ao ponto anterior, o Secretário de Estado do Turismo, exerce as competências atribuídos ao Ministro da Economia e da Inovação no que se refere à legislação do sector do turismo, designadamente sobre:

- a) regime jurídico das Regiões de Turismo;
- b) legislação de jogo;
- c) processos instruídos pela Inspeção-Geral de Jogos;
- d) processos instruídos pela Direcção-Geral do Turismo;
- e) regime de Utilidade Turística;
- f) regime dos Empreendimentos Turísticos;
- g) regime de Estabelecimentos de Restauração e Bebidas;
- h) regime do Turismo em Espaço Rural;
- i) regulação do Turismo de Natureza;
- j) regime da habitação periódica;
- k) Lei de Bases da Caça;

Finalmente, deve ainda:

- a) acompanhar e definir os assuntos do PRIME no sector do turismo;
- b) despachar sobre apoios e incentivos ao sector do turismo;

- c) despachar no contexto do Quadro Comunitário de Apoio II (1994-1999);
- d) despachar sobre o PIQTUR;
- e) assegurar a função accionista do Estado na Enatur;
- f) despachar sobre a qualificação da gastronomia.

Face ao exposto, a Secretaria de Estado do Turismo foi considerada como representante nacional, de topo da hierarquia e única, do sector público do turismo em Portugal.

Consequência de múltiplos e infrutíferos contactos com a SET, foi sugerido e aceite a representação em alternativa pelo Instituto de Turismo de Portugal.

2. Secretaria de Estado das Obras Públicas e Comunicação

O topo da organização do sector do Transporte Aéreo no contexto do actual sector público português, encontra-se representado pela Secretaria de Estado das Obras Públicas e Comunicações, integrada no Ministério das Obras Públicas, Transportes e Comunicações.

A criação do Ministério da Economia e da Inovação é identificada no art. 19º do Decreto-Lei nº 79/2007.

Posteriormente, o Despacho nº 16 229/2005 (2ª série) de 15 de Abril, do Ministro das Obras Públicas, Transportes e Comunicações, identifica as delegações de competências dos seus Secretários de Estado. O ponto 1. revela as competências delegadas no Secretário de Estado Adjunto das Obras Públicas e das Comunicações, relativas aos seguintes serviços, organismos e entidades:

- a) Autoridade de Segurança da Ponte 25 de Abril;
- b) Comissão de Planeamento de Emergência do Transporte Aéreo;
- c) Comissão de Planeamento de Emergência das Comunicações;
- d) Gabinete de Prevenção e Investigação de Acidentes com Aeronaves;
- e) Instituto dos Mercados de Obras Públicas e Particulares e do Imobiliário;

- f) Instituto Nacional de Aviação Civil, I. P.;
- g) ICP - Autoridade Nacional de Comunicações;
- h) Obra Social do Ministério das Obras Públicas;
- i) EP - Estradas de Portugal, E. P. E.;
- j) Navegação Aérea de Portugal - NAV Portugal, E. P. E.;
- k) ANA - Aeroportos de Portugal, S. A.;
- l) TAP - Transportes Aéreos Portugueses, SGPS, S. A.;
- m) NAER - Novo Aeroporto, S. A.;
- n) EDAB - Empresa de Desenvolvimento do Aeroporto de Beja, S. A.;
- o) ANAM - Aeroportos e Navegação Aérea da Madeira, S. A.;
- p) CTT - Correios de Portugal, S. A.;
- q) Portugal Telecom, SGPS, S. A.;

Face ao exposto, a Secretaria de Estado das Obras Públicas e das Comunicações foi considerada como representante nacional, de topo da hierarquia e única, do sector público do Transporte Aéreo em Portugal, por tutelar todas as suas empresas públicas, institutos e organismos.

6.8.2. Sector Privado

Como referido nos capítulos anteriores, a maioria dos autores de turismo descreve-o como uma actividade partilhada pelos sectores público e privado.

No caso do sector privado, a descrição certamente mais amplamente discutiva das componentes ou produtos que o compõem o turismo e genericamente aceite e

formalizada, será a categorização dos Produtos Característicos do sector do turismo, da Conta Satélite do Turismo (CST) como proposta pela Organização Mundial do Turismo.

1. Alojamento
1.1 Hotéis e estabelecimentos similares
1.2 Segunda habitação
2. Restauração e Bebidas
3. Transporte de passageiros
3.1 Transporte ferroviário inter-urbano
3.2 Transporte rodoviário
3.3 Transporte por água
3.4 Transporte Aéreo
3.5 Serviços auxiliares de transportes
4. Agências de Viagem, Operadores Turísticos e Guias Turísticos
4.1 Agências de viagem
4.2 Operadores turísticos
4.3 Informação turística e guias turísticos
5. Aluguer de Equipamento de Transporte
6. Serviços Culturais
7. Recreação e outros serviços de entretenimento

Tabela 6.7 – Conta Satélite do Turismo – Produtos Característicos. OMT.

Neste contexto, procedeu-se ao exercício de adequação dos diversos representantes portugueses de cada categoria, aos critérios fundamentais de selecção pré-definidos.

1. Alojamento

O produto alojamento tem a sua representação nacional em Portugal, na Associação de Hotéis de Portugal, AHP, que de acordo com os seus estatutos (disponível no site www.hoteis-portugal.pt, Abril 2006), se define no seu art. 1º, como uma pessoa jurídica de direito privado, com representação no âmbito do território nacional das suas empresas filiadas.

O seu artigo 3º define os fins da associação que se prendem, entre outros, com:

- defesa e fortalecimento dos direitos e interesses das empresas hoteleiras;
- o fomento do turismo;
- o diálogo com os órgãos de soberania relativo à criação de legislação que contemple os reais interesses das empresas hoteleiras.

2. Restauração e Bebidas

O produto restauração e bebidas é representado em Portugal pela Associação da Restauração e Similares de Portugal, ARESP.

De acordo com os arts. 2º e 3º, dos seus estatutos (disponível no site www.aresp.pt, Abril 2006), a Associação tem âmbito nacional e tem por objectivo a defesa e protecção dos interesses colectivos dos seus sectores de actividade.

No art. 4º definem-se como fins da associação:

- representação dos associados e defesa dos seus direitos e legítimos interesses;
- cooperação com o Estado e outras entidades públicas e privadas visando o progresso económico e social;
- providenciar actualização e aperfeiçoamento de legislação sectorial, junto dos poderes públicos em estudos e iniciativas que visem o incremento do turismo.

3. Transporte de Passageiros

Relativamente ao transporte de passageiros, especificamente por modo aéreo, não foi encontrado qualquer organização ou associação de representatividade colectiva nacional. Por este motivo e mantendo os critérios de selecção propostos foi considerado em alternativa o maior representante do sector.

A TAP, SA, é o representante de maior dimensão do sector dos Transportes de Passageiros por modo aéreo, como confirma a seguinte informação da ANA Aeroportos de Portugal, SA, relativa ao total de passageiros transportados em 2005.

1	TAP - TAP Transportes Aéreos Portugueses, S.A.	7.173.481	35%
2	PGA - Portugalia-Comp Port Transp Aéreos S.A.	1.160.353	6%
3	RZO - Sata International-Serv Transp Aéreos SA	1.112.447	5%
4	DLH - Deutsche Lufthansa, A.G	716.716	4%

Tabela 6.8 – Top 5 Passageiros Transportados, 2005. Valor Anual. Fonte: ANA.

4. Agências de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Turísticos

O produto Agências de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Turísticos, é representado em Portugal pela Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo, APAVT.

De acordo com os arts. 2º e 3º dos seus estatutos (disponíveis no site www.apavt.net.pt, Abril 2006), é uma associação de âmbito nacional, cujos objectivos se prendem com a representação interna e externa das agências de viagens. Registando-se algumas das suas atribuições:

- Representação dos associados junto de quaisquer entidades nacionais ou estrangeiras, públicas ou privadas, na defesa dos legítimos e específicos interesses dos seus membros e do turismo nacional;
- Colaborar na legislação do turismo e das viagens.

5. Aluguer de Equipamento de Transporte

A pesquisa elaborada sobre esta categoria, revelou que a actividade que melhor a representa é o aluguer de viaturas automóveis sem condutor, igualmente conhecida por rent-a-car.

Esta actividade é representada nacionalmente pela ARAC – Associação dos Industriais do Aluguer de Automóveis Sem Condutor.

Apesar de infelizmente não ter sido possível recolher em tempo oportuno um exemplar dos seus estatutos, como probatório da sua selecção, esta sua qualidade é facilmente demonstrada pela consulta do site do Ministério da Economia e da Inovação (www.mei.gov.pt), sob o tema Turismo, no item “associações do sector”.

6. Serviços Culturais

A pesquisa realizada sobre este tema não recuperou qualquer entidade privada representante colectiva da categoria e elegível segundo os critérios de selecção. Este resultado não foi surpreendente por se tratar de um sector ou categoria habitualmente associada ao sector público.

Em face deste resultado, foi seguido o mesmo raciocínio na identificação dos organismos do sector seleccionados.

Neste contexto, o referido Decreto-Lei nº 79/2005 que consagra a orgânica do XVII Governo Constitucional, actualmente em funções, de acordo com a alínea o) do seu art.

2º, nomeia o Ministro da Cultura, pasta que se considerou ser a mais adequada à elegibilidade de representação para esta categoria, preenchendo os requisitos previstos.

Dos contactos iniciais com este organismo, foi sugerido e aceite o contacto com um dos organismos por si tutelados, o Instituto Português de Muses, IPM, por se tratar do representante individual porventura de um dos produtos mais representativos desta categoria - os museus.

De facto, o Decreto-Lei nº 278/91 de 9 de Agosto, cria o IPM, na presunção do Governo de que “a gestão dos museus deve ser confiada a um organismo exclusivamente vocacionado para os múltiplos problemas específicos do sector, com competências administrativas próprias”. Este diploma foi posteriormente actualizado pelo Decreto-Lei nº 398/99, actualmente em vigor.

Foi deste modo encontrado um representante deste tipo de produto característico, respeitando as condições de selecção.

Deve notar-se que a selecção deste organismo do sector público figura no conjunto da amostra referente ao sector privado. Tal facto acontece, meramente por motivos de organização, para melhor ilustrar os representantes seleccionados para a cada categoria da Conta Satélite do Turismo.

Resta notar que dos critérios de selecção previstos, decorreu o estabelecimento de um universo de representantes.

Neste caso, curiosamente, por se tratar de um universo bastante específico, a amostra aproxima-se muito do mesmo, representando de facto a totalidade do universo.

7. Recreação e Outros Serviços de Entretenimento

A pesquisa de entidades realizada não encontrou qualquer entidade, associação ou organização que representasse colectivamente esta categoria, há luz dos critérios de selecção previstos. De igual modo, não foi possível exercer a mesma opção tomada no ponto 3. por não se reconhecer qualquer informação ou estatística da dimensão dos representantes do sector.

Em face deste obstáculo, foi invertida a perspectiva, pesquisando agora entidades que validassem ambos os critérios de selecção, representando ao mesmo tempo uma actividade associada à categoria de recreação e entretenimento.

Deste exercício, identificou-se o Conselho Nacional da Indústria do Golfe, CNIG, que para além de preencher os requisitos de selecção da amostra, é identificado no PENT como um dos produtos estratégicos de desenvolvimento em Portugal.

De acordo com os seus estatutos (disponíveis no site www.cnig.pt, Abril 2006), o Conselho Nacional da Indústria do Golfe refere no seu artigo 4º que tem por objecto, entre outros:

- Representar e promover o Golfe como indústria em Portugal;
- Cooperar com todos os organismos públicos e privados ligados ao Golfe;
- Cooperar com todas as associações e entidades públicas e privadas na defesa do ambiente.

Finalmente, revela-se oportuno notar que a pesquisa de entidades efectuada identificou a Confederação do Turismo Português (CTP), como órgão comum de representação de diversos produtos ou categorias previstas.

De facto a CTP, constituída em 1995 e de acordo com os seus estatutos, tem como objectivo principal a representação do sector económico do turismo, a defesa dos interesses comuns dos seus associados e a sua representação com o estatuto de parceiro social.

O seu âmbito é nacional e abrange as federações, uniões e associações do sector empresarial do turismo, podendo ainda nela filiar-se as empresas que atenta a diversidade e heterogeneidade da sua actividade, não sejam directamente enquadráveis em qualquer associação do sector.

Este último ponto tem particular relevo por identificar o facto de a mesma não ter sido considerada na amostra em causa, por efectivamente ser um representante transversal, não enquadrado no ponto 2. dos critérios fundamentais por não representar apenas um dos sectores previstos.

Não obstante este detalhe, no decorrer do processo foi decidido realizar a sua entrevista, por um lado pela riqueza da sua opinião transversal, e por outro, pela referência efectuada por alguns membros da amostra válida.

Reiterando os critérios fundamentais de selecção definidos, esta entrevista realizada é considerada não-válida enquanto representante de sector particular, tendo o seu conteúdo contribuído para o enriquecimento da análise de conteúdo realizada sobre os membros válidos da amostra.

6.9. Entrevista

Como previsto para o Objectivo 2, a técnica de recolha de informação proposta foi a entrevista.

Pelas razões citadas, optou-se por realizar uma entrevista de modo semi-estruturado ou semi-dirigida, produzido-se um leque de questões a ser discutidas e respondidas pelos entrevistados.

Como seria o caso na mais habitual técnica do inquérito-questionário, levou-se a cabo um pequeno pré-teste, tendo em vista os seguintes objectivos:

- Testar a relevância, oportunidade e sensibilidade das questões previstas;
- Prever se as respostas potenciais, validavam as questões;
- Testar o investigador nas condições específicas de uma entrevista semi-estruturada.

Neste sentido, foram entrevistados e recolhidos os contributos de dois representantes dos sectores do turismo e do transporte aéreo, considerados válidos pelos curriculums e carreiras profissionais dedicadas ao sector.

Deste pré-teste, emergiram já devidamente ajustadas, as questões seguintes que se passam justificar individualmente.

1. Considera existir actualmente em Portugal uma Política Nacional de Turismo?

- 1.1 Em que documentos considera estar transcrita ou formalizada?
- 1.2 Identifica vectores ou eixos prioritários de acção?

2. Considera existir actualmente em Portugal uma Política Nacional de Transportes?

- 2.1 Em que documentos considera estar transcrita ou formalizada?
- 2.2 Identifica vectores ou eixos prioritários de acção?

A primeira e segunda questões parecem elementares para a introdução dos objectivos, permitindo uma resposta espontânea e aberta, ao mesmo tempo que se procura recolher dados específicos sobre potenciais documentos ou áreas de desenvolvimento. Para além deste propósito, pretende auxiliar na recolha de informação para o Objectivo 1, referido no ponto 6.6.

3. De acordo com a OMT, o transporte de passageiros é um dos 7 produtos característicos previsto na CST.

- 3.1 Como os classificaria, por ordem de importância, em termos do contributo para o desenvolvimento do destino Portugal?

Por se tratarem de sectores e actividades diversas, revelou-se enriquecedor conhecer a diversidade de opiniões relativas à identificação elementar do contributo das várias categorias de produtos característicos para o impacto do turismo. Esta classificação permitiu compreender o posicionamento das categorias de cada entrevistado, relativamente às restantes, assim como ao conjunto total.

4. Como caracterizaria a relação entre o TA e o Turismo em Portugal?

- 4.1 Considera terem objectivos comuns ou contraditórios?
- 4.2 Sectorialmente, considera terem conteúdos dependentes ou independentes?
- 4.3 Reconhece actualmente, exemplos do contributo do TA para o turismo?

Depois de duas questões mais abrangentes, a questão quatro introduz, de modo não explícito, a noção de convergência entre as duas disciplinas previstas. Esta conotação independente da questão, garantia a liberdade ao entrevistado de escolher a sua via de resposta.

5. Num cenário de optimização do desenvolvimento do turismo em Portugal, como veria o papel do TA?

- 5.1 Considerando hierarquias, objectivos, planeamento?

5.2 Identifica exemplos de contribuições potenciais?

Em adição á questão anterior, esta questão procura afastar-se do status quo e ponderar, se num cenário potencial, existiria motivo ou necessidade para alteração do mesmo. Adicionalmente, pretendeu-se que revalidasse as respostas à pergunta anterior.

6. Qual a sua percepção da não convergência do sector do TA com o Turismo?

À semelhança da questão cinco, a questão seis procura inverter o raciocínio e colocar o tema pela negativa, de modo a cruzar o seu conteúdo com as questões quatro e cinco.

7. O processo de planeamento do NAL está actualmente em curso, inserindo-se nas GOP.

- 7.1 Considera que este processo de planeamento está a ser levado a cabo com o sector do turismo?
- 7.2 No caso do seu sector em particular?
- 7.3 O que faria de diferente na condução do processo?

Finalmente a questão sete, como previsto, procura recolher informação para o Objectivo 2 (ponto 6.6), visando não só a visão individual de cada sector como a proposta de medidas ou soluções alternativas à condução do processo.

Deve ser notada a consideração, referida no ponto 6.6., que a decisão pela selecção deste método de recolha e a oportunidade da sua realização se revelou extremamente oportuna.

De facto, dos critérios de selecção definidos, decorria a necessidade de contacto com o topo da organização pública e privada do turismo em Portugal.

Particularmente pelo teor das entidades presumidas e em face do abreviado calendário previsto, regista-se com elevado agrado a possibilidade do registo das suas opiniões, enriquecendo exponencialmente o processo e os resultados da investigação, independentemente do seu teor.

6.10. Análise Crítica da Metodologia

A metodologia de elaboração e execução da fase de observação, previu, de acordo com os objectivos pretendidos com a investigação, a utilização, em especial, da técnica de recolha de dados pré-existentes, nomeadamente dados secundários e documentais.

Esta técnica afigurou-se como a mais adequada aos objectivos propostos, por diversas razões, nomeadamente, por se pretender a validação documental das hipóteses previstas; por se mostrar mais concentrada em termos de tempo necessário e por permitir a maior concentração da investigação na sua análise.

No entanto, por se tratar da conjunção de dois temas, representativos de dois sectores da actividade económica, considerou-se a possibilidade de recurso a entrevistas, visando a maior riqueza de conteúdo e a possibilidade de validação das hipóteses junto de representantes dos sectores Turismo e Transporte Aéreo, nas suas esferas pública e privada.

Ao contrário do mais recorrente inquérito por questionário, a técnica da entrevista mostrou-se mais apropriada, particularmente por ultrapassar as principais limitações do primeiro método, que se prendem com a pequena dimensão da amostra representativa e com a menor profundidade das respostas a inquéritos.

Não livre da “ingenuidade epistemológica” referida por Quivy e Campenhoudt (2003, p. 195), relativamente a possíveis enviesamentos produzidos por investigador e entrevistado e tentado colmatar eventuais limitações de formação teórica do investigador no âmbito da Psicologia Social, foi tomada a decisão de prosseguir com uma entrevista semi-dirigida ou estruturada, recorrendo inclusive a um número determinado e ordenado de questões; limitando a abrangência do discurso; mantendo ao mesmo tempo a maior abertura e espontaneidade do entrevistado, por comparação nomeadamente com um inquérito-questionário.

Adicionalmente e não obstante a observação directa das entrevistas pretenderem recolher a visão institucional das instituições e organização da amostra, por se tratarem de entrevistas a seus representantes, existirá sempre a possibilidade inerente de enviesamento das respostas de acordo com as suas opiniões mais pessoais; a sua experiência ou sistema de valores.

A este método acresce habitualmente a relativa dificuldade de contacto com as organizações previstas, podendo inclusivé perigar o sucesso da investigação por impossibilidade de acesso ou extinção do tempo previsto.

Neste caso particular, existiu alguma dificuldade de concretização, com algumas organizações, nomeadamente no que respeitou à sua distância percebida ao tema, à escolha de interlocutores ou à marcação das entrevistas.

6.11. Originalidade e Contribuição para a Ciência

A elaboração desta dissertação pretende oferecer alguns contributos para a ciência na área dos estudos sobre o Turismo, em particular no seu relacionamento com o Transporte Aéreo, na medida em que foi possível ilustrar a relação de dependência entre eles.

Este relacionamento bilateral é acentuado no caso português, em face da sua limitação geográfica, com fronteira terrestre apenas com Espanha e sem fronteiras marítimas próximas.

A associação dos temas em estudo, não é particularmente inovadora no contexto internacional, sendo-o pelo contrário no contexto nacional, onde esta investigação é muito limitada ou mesmo inexistente.

Apesar do objectivo da dissertação se esgotar no teste de hipótese de convergência entre o planeamento nacional destas duas áreas contíguas, ficou suficientemente provado pela informação recolhida a necessidade e validade de aprofundamento destas matérias, quer pela definição de uma Política Nacional de Turismo, por uma Política Nacional de Transportes e respectiva previsão da sua convergência.

6.12. Conclusão

A origem da investigação levada a cabo nesta dissertação decorre de um claro problema de partida, para o qual o investigador pretendeu obter resposta.

O Turismo apresenta-se, nos discursos dos últimos Governos, como uma actividade prioritária no desenvolvimento de Portugal. Paralelamente, o transporte, em particular por

modo aéreo, tem acompanhado este desenvolvimento, com particular relevância para a geografia do caso português.

Neste contexto e com base no aprofundamento do estudo académico dos temas, é legítimo questionar se a estas prioridades correspondem Políticas Nacionais de Turismo e de Transporte decorrentes da sua prioridade política e se porventura fará sentido a sua convergência.

Se o objectivo geral da investigação se revê na interrogação da validade da convergência estratégica, em Portugal, das Políticas Nacionais de Turismo e Transporte, a operacionalização do problema obrigou a perguntas mais específicas; questionando a referência à participação do transporte aéreo no seio do planeamento nacional do turismo; procedendo à avaliação da percepção dos *stakeholders* sobre o contributo turismo-transporte e oportunamente, testando a consistência do discurso político perante o desenvolvimento em curso do planeamento do novo aeroporto de Lisboa.

De acordo com a natureza do tema, desde logo foi ponderado o recurso à análise documental como instrumento principal de pesquisa, visando o seu enriquecimento com uma segunda técnica de investigação. Ponderadas amostras e alternativas, optou-se pela riqueza do modo entrevista, junto de uma amostra altamente especializada e representativa dos sectores público e privado.

Não obstante, eventual argumentação perante diferentes decisões metodológicas, a investigação em causa vê-se como uma modesta contribuição para o aprofundamento da discussão académica entre mãos.

Capítulo 7 - Análise e Discussão dos Dados

7.1. Introdução

No capítulo anterior foram apresentados os objectivos específicos desta investigação e nomeadas as técnicas de recolha de informação, consideradas mais adequadas.

O presente capítulo refere-se em detalhe o resultado desta recolha, iniciando consequentemente a discussão do seu conteúdo.

Dado visarem-se três objectivos independentes, são criadas secções específicas para a sua análise, recorrendo às diversas técnicas de recolha previstas.

No caso do objectivo 2, a análise de conteúdo realizada sobre as entrevistas, decorre inicialmente, por representante da amostra, relativamente às sete questões em discussão, coligindo de seguida a análise transversal das opiniões registadas para cada pergunta.

7.2. Objectivo 1

Avaliação da componente transporte por modo aéreo, no contexto da actual Política Nacional de Turismo e portanto no destino Portugal.

Este objectivo visa o reconhecimento, através de dados secundários e documentais, de referências, princípios ou intenções, da comprovada intercepção entre o tema do transporte por modo aéreo com os objectivos previstos para o desenvolvimento do turismo em Portugal.

A primeira tarefa a desenvolver, será, portanto, a avaliação da existência de uma política relativa ao desenvolvimento nacional do turismo em Portugal, ainda que mais ou menos definida, através da identificação dos principais documentos oficiais que a possam compôr. Só através da identificação, definição e análise destes documentos se julga possível reconhecer o enquadramento legal e institucional do turismo em Portugal, por forma a conhecer o eventual contributo do Transporte Aéreo.

Realizado o enquadramento documental da Política Nacional de Turismo, realizar-se-á o exercício de reconhecimento do tópico Transporte Aéreo e a análise do seu contexto.

Se este plano, porventura, se demonstrar inconclusivo, alternativamente e por exclusão de partes, será investigado o enquadramento legal e institucional do sector do Transporte Aéreo em Portugal, de modo a, num sentido inverso, localizar referências relevantes ao turismo no seio deste sector.

7.2.1. Análise Documental

7.2.2. Enquadramento Constitucional

Como referido no ponto 6.8 do capítulo anterior, é a Constituição da República Portuguesa que corporiza o fundamento legal da definição e regulamentação do Estado Português, pelo que parece correcto iniciar neste documento base, a pesquisa do tema em causa.

O seu texto, relativamente ao tema da Organização Económica do Estado, prevê a existência de Planos (art 91º a 95º), com o objectivo, como citado no art. 91º de “promover o crescimento económico, o desenvolvimento harmonioso de sectores e regiões”, assim como a “coordenação da política económica com as políticas social, educacional e cultural, a perservação do equilíbrio ecológico e a defesa do ambiente e a qualidade de vida do povo português”.

Parece oportuno, nesta fase, relembrar a explicitação dos conceitos de Política e Plano (ver ponto 6.4.), onde o conceito de Plano decorre e é inseparável da noção de Política, porquanto representa a sua execução, enquanto instrumento principal e coordenador da mesma. Pressupõe-se portanto que uma política se veja traduzida num plano, assim como um plano reverte dos objectivos da uma política.

Esta perspectiva é corroborada pelo referido conceito de Plano que no contexto económico é definido na Constituição como o “instrumento principal e coordenador de toda a política económica de um Governo”. Deduz-se deste raciocínio um primeiro ponto relevante que acusa a existência de uma organização económica do Estado, baseada em políticas sectoriais do Governo, cujo documento instrumental é o plano.

Prosseguindo em maior detalhe este enquadramento constitucional, define o artigo 92º que os já referidos planos de desenvolvimento económico e social, têm uma perspectiva de médio prazo e um plano anual, cuja expressão financeira se revela no Orçamento de

Estado. A referida perspectiva de médio prazo, cita ainda este artigo, “contém as orientações fundamentais dos planos sectoriais e regionais a aprovar no desenvolvimento da política económica, elaborados pelo Governo, de acordo com o seu programa.”

Apesar da elaboração dos mesmos ser baseada no programa de Governo, de acordo com o artigo 93º, é da competência da Assembleia da República aprovar as grandes opções de cada plano, globais e sectoriais, incluindo a sua respectiva fundamentação, com base em estudos preparatórios.

Retomando o mesmo raciocínio, infere-se então que na organização económica do Estado, compete ao Governo formado, de acordo com o seu programa, o estabelecimento de políticas económicas globais e sectoriais, instrumentalizadas por planos, os quais são propostos à Assembleia da República, para aprovação das suas grandes opções, globais e sectoriais.

Face ao enquadramento Constitucional exposto, a investigação prevista para este objectivo, começa por analisar estes dois documentos globais: Programa de Governo do XVII Governo Constitucional e Grandes Opções do Plano 2005-2009.

7.2.3. Programa de Governo

O programa do XVII Governo Constitucional “visa dar a Portugal um rumo para sua modernização e desenvolvimento, com coesão social”, pretendendo “mobilizar os portugueses para o desígnio nacional de Portugal se voltar a aproximar, de forma decidida e sustentada, do nível de desenvolvimento dos países mais avançados da Europa”.

Neste documento, encontram-se 43 referências ao turismo, ao longo da sua estrutura de cinco capítulos:

- Capítulo I – Uma Estratégia de Crescimento para a Próxima Década
- Capítulo II – Novas Políticas Sociais
- Capítulo III – Qualidade de Vida e Desenvolvimento Sustentável
- Capítulo IV – Qualidade da Democracia, Cidadania, Justiça e Segurança
- Capítulo V – Portugal na Europa e no Mundo

No entanto, o maior detalhe do seu desenvolvimento é estabelecido no “Capítulo III – Qualidade de vida e desenvolvimento sustentável”, como uma das áreas previstas no subcapítulo “Cinco áreas decisivas para um desenvolvimento sustentável” (p. 110-113).

Enquanto área decisiva para o desenvolvimento sustentável o Governo considera que “Portugal possui recursos e potencialidades turísticas extraordinários sobre os quais se tem vindo a desenvolver uma actividade relevante e com peso crescente na economia do País” e consciente da “importância económica e social que o Turismo constitui, reafirma que o *cluster* Turismo-Lazer é um sector estratégico prioritário para o País.

Refere ainda o documento, que por ser uma “actividade complexa, diferenciada no tipo de oferta, na dimensão, no grau de desenvolvimento regional, na velocidade de crescimento e na variedade e dimensão empresarial” o Governo defende uma Política Nacional de Turismo, “o que exige uma visão e uma estratégia nacionais capazes de integrar, de forma coerente, estas diversidades e diferenças, através, nomeadamente, de políticas regionais fortes”.

Identifica ainda, na página 111, que uma Política Nacional de Turismo tem de “articular o turismo com outros sectores, nomeadamente o ordenamento do território, o ambiente, a cultura, o desporto, as infra-estruturas e o Transporte Aéreo”, revelando a primeira referência cruzada entre os dois temas base de investigação da tese.

Define o documento que o Governo adoptará uma Política Nacional de Turismo apoiada em cinco vectores de intervenção estratégica e dois objectivos de curto prazo:

Vectores de intervenção estratégica:

1. Valorização dos recursos turísticos e construção de ofertas de qualidade;
2. Dinamização do crescimento da procura turística interna e externa;
3. Implementação de estratégias regionais, autónomas, integradas numa visão nacional;
4. Estímulo ao investimento, à modernização e à capacidade competitiva das empresas;
5. Definição de uma Lei de Bases do Turismo que consagre as linhas orientadoras e a estratégia de uma Política Nacional de Turismo.

Objectivos de curto prazo:

1. Aumento do número de turistas estrangeiros e de visitas de emigrantes portugueses, e sobretudo dos seus gastos em Portugal, incentivando desta forma o aumento das receitas externas;
2. Dinamização do turismo interno (férias, fins-de-semana), com preocupação prioritária para as regiões do interior e emergentes.

A referência a uma Política Nacional de Turismo é notoriamente vislumbrada, deste modo e pela primeira vez, num documento de maior referência e amplitude do Governo em funções. É também notório o reconhecimento neste fórum, do Transporte Aéreo como um dos principais sectores com que a política de turismo se deve articular.

No entanto, se por um lado é determinada a necessidade da definição de uma Lei de Bases para o turismo onde se concentrem as linhas mestras da política nacional, não se encontra desenvolvido nesta fase, o modo como esta política se relacionará com o transporte aéreo.

7.2.4. Grandes Opções do Plano 2005-2009

As Grandes Opções do Plano para 2005-2009, aprovadas em Conselho de Ministros em 14 de Julho de 2005, traduzem no horizonte da legislatura, o compromisso do Governo numa estratégia de médio e longo-prazo definida pelo seu Programa de Governo, e reflectem um “conjunto coerente e consistente de políticas, detalhadamente apresentadas”.

Neste documento registam-se cinco grandes opções:

1ª Opção

Assegurar uma Trajectória de Crescimento Sustentado, Assente no Conhecimento, na Inovação e na Qualificação dos Recursos Humanos

2ª Opção

Reforçar a Coesão, Reduzindo a Pobreza e Criando Mais Igualdade de Oportunidades

3ª Opção

Melhorar a Qualidade de Vida e Reforçar a Coesão Territorial num Quadro Sustentável de Desenvolvimento

4ª Opção

Elevar a Qualidade da Democracia, Modernizando o Sistema Político e Colocando a Justiça e a Segurança ao Serviço de uma Plena Cidadania

5ª Opção

Valorizar o Posicionamento Externo de Portugal e Construir uma Política de Defesa Adequada à Melhor Inserção Internacional do País

Analisando o documento, encontram-se 52 referências ao turismo, ao longo da sua estrutura de três capítulos:

- Capítulo I – As grandes opções do plano para 2005-2009
- Capítulo II – Grandes opções de política para 2005-2009, principais linhas de acção
- Capítulo III – Grandes opções de política de investimentos para 2005-2009

Neste contexto, o tema turismo é desenvolvido com algum detalhe no Capítulo II; 3ª Opção – “Melhorar a Qualidade de Vida e Reforçar a Coesão Territorial num Quadro Sustentável de Desenvolvimento”, sob o tema das “Políticas Essenciais para o Desenvolvimento sustentável” (p. 188-190).

Para esta política de desenvolvimento sustentável, são consiradas as seguintes cinco áreas decisivas, para as quais se apresentam medidas a prosseguir em 2005/2006:

1. Mobilidade e comunicação
2. Energia
3. Turismo
4. Agricultura e Desenvolvimento Rural
5. Mar e Pescas

O Governo propõe como política geral, "a promoção de formas de planeamento dinâmico e sistemático, disponibilizando um referencial claro para os diferentes níveis da Administração e operadores públicos e privados, permitindo tomadas de decisão adequadas de investimento e exploração.

No domínio do Turismo, este documento considera que as acções da política de desenvolvimento sustentável do turismo deverão orientar-se pelos seguintes objectivos:

- Aumentar, Qualificar e Diversificar a Procura.
- Melhorar as Infra-estruturas.
- Promover a Ligação ao Território como Factor de Requalificação da Oferta Turística.
- Promover o Apoio ao Investimento em Produtos de Maior Valor Acrescentado.

- Apostar na Formação Profissional.
- Intensificar a Produção Estatística e Promover a Desburocratização dos Serviços Centrais de Turismo na Relação com o Investidor e o Cidadão em Geral.
- Apostar na Promoção

Do grupo de objectivos apresentados, importa particularizar dois, pela sua relação com o tema da tese.

O primeiro objectivo de “aumento, qualificação e diversificação da procura”, visa a angariação de mais turistas e a obtenção de maior receita por turista, através da “auscultação ao mercado nacional e estrangeiro” e ainda à implementação e concretização, no decorrer de 2005/2006, das seguintes medidas previstas e já mencionadas no Programa de Governo:

- Definição de uma Lei de Bases do Turismo;
- Definição da estratégia de uma Política Nacional de Turismo

Já o segundo objectivo “melhorar as infra-estruturas”, refere-se às acessibilidades e nomeadamente à necessidade de “adaptação dos aeroportos às novas exigências internacionais”, ao “estudo da possibilidade de utilização de aeroportos nacionais não civis, melhorando a capacidade de resposta de transporte solicitada pelas companhias, quer no domínio das infra-estruturas aeroportuárias existentes, quer na sua própria competitividade”.

Na sequência da articulação turismo-transporte aéreo, visível no Programa de Governo, o documento de Grandes Opções do Plano, vê reiterada como medida, a definição de uma Política Nacional de Turismo, mas já não reconhece qualquer cruzamento entre este tema e os transportes aéreos.

No entanto, dentro do mesmo capítulo das “Políticas Essenciais para o Desenvolvimento Sustentável” existe outra área considerada essencial, relativa à Mobilidade e Comunicação, onde se estabelece o que do sector do transporte aéreo se pretende, ainda que sem qualquer cruzamento com o turismo.

Neste caso e como supracitado indentifica-se a valorização do transporte aéreo, nomeadamente das suas infra-estruturas, para as acessibilidades, mobilidade e comunicação, sem referências no entanto ao seu contributo directo para o turismo.

Apesar disto e em face do exposto, revelam-se em ambos os documentos, referências ainda que indirectas, a perspectivas do pensamento do planeamento em turismo, desenvolvidos nos capítulos 3, 4 e 5, nomeadamente quando o discurso do Governo refere, afirmativamente, por um lado, à necessidade um planeamento “dinâmico” e “sistemático” e por outro lado, a sua participação tripartida: administração pública – operadores públicos – operadores privados.

Analizadas as contribuições sobre o tema turismo no dois documentos de referência do Governo, importou reconhecer, na estrutura e organização do mesmo, as instituições responsáveis pelo seu desenvolvimento.

Para tal, retoma-se a Constituição como ponto de partida na sua identificação.

Igualmente inserido no capítulo da Organização do Poder Político, o Governo surge como um dos órgãos de soberania previstos no artigo 113º, cuja definição, prevista no artigo 185º, o descreve como o “órgão de condução da política geral do país e o órgão superior da administração pública” e cuja composição, prevista no artigo 186º, inclui o Primeiro-Ministro, Ministros e Secretários e Subsecretários de Estado.

A sua formação, estabelecida no artigo 190º é resultado da nomeação, pelo Presidente da República, do Primeiro-Ministro, ouvida a Assembleia da República e com base nos resultados eleitorais.

7.2.5. Lei Orgânica do XVII Governo Constitucional

Actualmente, a orgânica do XVII Governo Constitucional em funções, está consagrada no Decreto-Lei nº 79/2005, adoptando uma estrutura governativa adequada ao comprimento do seu Programa de Governo.

Esta nova estrutura, extingue, entre outros, o Ministério do Turismo, nomeando entre outros, de acordo com as alíneas h) e j) do seu art. 2º, respectivamente o Ministro da Economia e da Inovação e o Ministro das Obras Públicas, Transportes e Comunicações. Os Ministros da Economia e da Inovação e Ministro das Obras Públicas, Transportes e Comunicações, são coadjuvados no exercício das suas funções, entre outros, por, respectivamente, o Secretário de Estado do Turismo e o Secretário de Estado Adjunto das Obras Públicas e das Comunicações, de acordo com a redacção respectivamente dos pontos 9 e 11 do art. 3º do mesmo diploma.

Posteriormente, o Despacho nº 13 027/2005 (2ª série) de 14 de Junho, do empossado Ministro da Economia e da Inovação, identifica as delegações de competências dos seus Secretários de Estado.

As competências específicas delegadas no Secretário de Estado do Turismo foram supracitadas neste capítulo, sob o tema Sector Público – Secretaria de Estado do Turismo

Como referido, o topo da organização do turismo no contexto do actual sector público português, encontra-se assim, representado pela Secretaria de Estado do Turismo, integrada no Ministério da Economia e da Inovação.

A estrutura das suas funções e dos organismos tutelados é a disponível à data de conclusão da investigação – Outubro de 2006, não obstante eventuais alterações de funções e estrutura que este sector possa vir a sofrer.

No âmbito das suas funções, o Secretário de Estado do Turismo apresentou em 18 de Janeiro do corrente ano, as linhas orientadoras do Plano Estratégico Nacional do Turismo, PENT.

7.2.6. PENT

Por ocasião da apresentação do plano, o turismo foi referido no seu discurso, como uma actividade estratégica para Portugal, de vital importância para o projecto de desenvolvimento sócio-económico pretendido para o país. Considerou ainda, ser necessária a construção de um modelo para o seu desenvolvimento, apoiado na sustentabilidade, suportado por uma visão, objectivos e sobretudo uma estratégia. Foi esse que considerou ser o desígnio do plano apresentado, delineando as linhas orientadoras para os próximos dez anos.

Adicionalmente, referiu o estudo “Reinventando o Turismo em Portugal”, encomendado pela CTP ao Professor Ernani Lopes, como uma contribuição inequívoca para as bases deste documento.

O Plano Estratégico Nacional do Turismo, define como metas para 2015:

- a maior contribuição para o PIB nacional;
- o aumento do emprego qualificado, e
- a aceleração do crescimento do turismo interno

Visando estas metas, estabelece uma estratégia suportada em cinco eixos:

I – Território, Destinos e Produtos;

II – Marcas e Mercados;

III – Qualificação de Recursos

IV – Distribuição e Comercialização

V – Inovação e Conhecimento

A sucinta apresentação deste plano estratégico, não incluiu qualquer referência ou enquadramento com os macro-objectivos descritos no Programa de Governo, como nas Grandes Opções do Plano, nem a sua integração com a Política Nacional de Turismo exposta em ambos.

Nos seis meses de calendário de desenvolvimento previsto pelo Plano e em sequência da sua apresentação, foi prevista uma fase de concertação pública e uma fase de lançamento de Planos de Acção e Modelos de Negócios, coincidente com o fim do semestre previsto.

Decorrido este calendário e até à data de conclusão desta tese, não foi veiculada publicamente por esta Secretaria de Estado, qualquer informação adicional, corroborada pela consulta aos documentos disponíveis no seu *website*, assim como pelas inquirições telefónicas efectuadas.

Não obstante, pelos contactos estabelecidos previstos no Objectivo 2., foi possível recolher do ITP, um documento de trabalho intermédio referente ao desenvolvimento dos trabalhos do PENT, com data de Julho.

Este relatório de progresso, produzido pela Secretaria de Estado do Turismo, aprofunda a visão de futuro para o desenvolvimento do sector e sintetiza as principais linhas orientadoras para a operacionalização de cada um dos cinco eixos supracitados.

A única menção ao transporte aéreo, ocorre, nesta fase, na extensão do Eixo I – Território, Destinos e Produtos, estabelecido o objectivo de aproximação de Portugal às principais cidades dos mercados Europeus de maior potencial.

Reconhecendo o avião com a “chave para o acesso de mais de 75% - 80% dos turistas, sugere-se no documento a promoção em conjunto com a ANA e as companhias aéreas, do “aumento e competitividade das ligações directas das principais cidades dos mercados europeus aos aeroportos nacionais”.

Com vista à concretização do Objectivo 1, foram identificados os documentos e as estruturas mais abrangentes onde se enquadraria a temática da Política Nacional de Turismo. Identificados e analisados, o enquadramento da Constituição Portuguesa; o Programa do XVII Governo Constitucional; as Grandes Opções do Plano e ainda o Plano Estratégico Nacional do Turismo, foram identificadas referências directas à necessidade de uma Política Nacional de Turismo, decorrente de uma Lei de Bases do Turismo, a articular com o sector do Transporte Aéreo.

Da identificação pelo Governo destas necessidades e a intenção de desenvolvimento destas medidas, reconhece-se intrinsecamente a inexistência formal das mesmas no momento presente, validando a primeira hipótese aventada.

Hipótese 1 – Não se vislumbra, de modo formal, uma Política Nacional de Turismo.

Isto é, existem referências dispersas ao tema mas não sob a forma de um corpo de pensamento comum, planeado e articulado com sectores e interesses complementares.

De facto, apesar do Governo mencionar claramente a sua necessidade inserida numa Lei de Bases do Turismo, não se vislumbra formalmente a existência de uma Política Nacional de Turismo em Portugal. Dos documentos referidos é perceptível o reconhecimento da indispensabilidade da sua existência e inclusive a pretensão da sua criação, nomeadamente no decorrer dos anos 2005 e 2006, mas no entanto, não existe, à data, qualquer documento público e formal que a colija.

A mesma hipótese é também validada pelo objectivo seguinte, através da análise, via entrevista, da percepção dos *stakeholders* públicos e privados do sector do turismo, quando colocados perante a Questão 1:

Considera existir actualmente em Portugal uma Política Nacional de Turismo?

Em que documentos considera estar transcrita ou formalizada?

Identifica vectores ou eixos prioritários de acção?

Como será detalhado no ponto seguinte, das nove entidades entrevistada, 50% (4 respostas) consideram existir uma PNT, ao contrário dos restantes 50% que não reconhecem a sua existência, restando apenas um entrevistado que não concretiza uma resposta clara. Apesar do conjunto das respostas sim, os mesmos entrevistados não

referem um documento de transcrição ou referem o PENT (2 casos) com exemplo de formalização da mesma.

Dada a dispersão de opiniões sobre o tema e a inexistência ou diversidade de documentos de formalização, poder-se-á com alguma segurança concluir, como previsto na Hipótese 1, que existem referências dispersas mas não um pensamento, documento ou estratégia comum onde se formalize uma Política Nacional de Turismo.

7.3. Objectivo 2

Avaliação, junto de reconhecidas instituições públicas e privadas associadas ao planeamento e gestão do turismo nacional, da percepção do potencial contributo do Transporte Aéreo para o desenvolvimento do destino Portugal.

A prossecução deste objectivo, implica a identificação clara das organizações que dentro do enquadramento legal e institucional do turismo representam os seus interesses nacionais.

Reconhecendo a composição pública e privada deste sector, claramente referida no Capítulo 3, identificar-se-ão os departamentos governamentais, empresas, associações ou outras formas de organização, representativas do turismo em Portugal e em particular do transporte por modo aéreo.

A alocação da análise de conteúdo das entrevistas (ver ponto 6.9) das seguintes entidades ao sector público ou privado, decorre da amostra apresentada no capítulo anterior, por motivos de organização das opiniões recolhidas, sem pretender uma classificação tácita dos sectores. Das sete questões colocadas em entrevista, exclui-se da seguinte análise de conteúdo individual a Questão 3, por ser tratada posteriormente na análise de conteúdo transversal.

7.3.1. Análise de Conteúdo - Individual

7.3.1.1. Sector Público

A - Secretaria de Estado do Turismo - ITP

O Instituto de Turismo de Portugal considera não existir uma Política Nacional de Turismo (Questão 1), enquanto documento uno que enquadre o sector, mais sim orientações genéricas e alguns documentos estratégicos.

O documento lançado actualmente mas ainda em produção é o PENT. Ao contrário das políticas sectoriais que são verticais, o PENT pretende ser um plano transversal na sua articulação com os restantes sectores, nomeadamente a aviação.

Como eixos prioritários de acção, demonstra que nem todos os produtos têm a mesma importância em termos de prioridade de intervenção. Produtos como o sol e mar do Algarve, pela sua dimensão, emprego e geração de riqueza têm necessariamente prioridades diferentes do que por exemplo o turismo natureza.

Relativamente a uma Política Nacional de Transportes (Questão 2), considera a situação semelhante, existindo intenções políticas mas nenhum documento onde se vislumbre o futuro do sector em Portugal. Neste contexto, não obstante, considera a aviação como eixo fundamental. Não concorda, no entanto, que as companhias aéreas sejam obrigadas a seguir uma Política Nacional de Transportes. O seu principal objectivo é serem financeiramente viáveis, só depois servirão ou não os interesses nacionais.

No atinente à relação Turismo-TA (Questão 4), esta entidade não considera existirem objectivos comuns ou contraditórios, pensa que são caminhos paralelos, decorrentes das políticas ou estratégias privadas de cada empresa. Estas estratégias, podem ser inclusive contraditórios se a estratégia da empresa de TA for o desenvolvimento de mercados internacionais em alternativa a Portugal. No entanto, diametralmente, reconhece o contributo do TA para o desenvolvimento do turismo quando se trata de favorecimento de localizações internas, abrindo a oferta, potenciando oportunidades e criando concorrência.

Num cenário de optimização do desenvolvimento do turismo (Questão 5), considera o TA como um subsector do turismo, como o alojamento ou a restauração. Neste âmbito têm de haver convergência, comunicação, não de objectivos mas de estratégias casuísticas. Refere que não se pode exigir aos TA que uma percentagem do sua actividade seja dedicada ao turismo.

Quanto à não-convergência Turismo-Transporte Aéreo (Questão 6), considera não ser obrigatória a sua total convergência, incluindo nomeadamente interesses obrigatórios e

objectivos idênticos. Na sua opinião deve existir um caminho paralelo e concertação, traduzidos em diálogo, planos, estratégias ou caso contrário trabalham de costas voltadas. Sabendo das necessidades mútuas, o impacto da não convergência é a perda do tempo de todos; a perda de sinergias; oportunidades e o distanciamento entre a oferta e a procura.

No que respeita ao processo de planeamento do NAL (Questão 7), esta entidade calcula que o Estado não tem que questionar o sector do turismo, tendo decidido sobre um facto incontornável. Considera que a preocupação do Estado relativamente às ligações e acessos rápidos à cidade, pelo seu impacto no turismo, são prova da convergência com o turismo, mas de um processo cuja liderança é do sector dos transportes.

No seu caso particular, enquanto representante da SET, foi informado do processo e chamado a opinar, mas quem ter de ser consultado é o sector dos transportes.

Pensa que este processo não poderia ser feito de maneira muito diferente, por alternativa a consultar toda a gente, todos os interesses, com o tempo que demoraria. Considera que foi preciso tomar uma decisão e depois assumir as suas responsabilidades.

B - Secretaria de Estado das Obras Públicas e Comunicação

A SEOPC não se pronuncia directamente sobre a Política Nacional de Turismo (Questão 1), por ser um tema respeitante a outra tutela, assim como não identifica eventuais eixos prioritários do seu desenvolvimento.

No entanto, revela alguma presunção relativamente à sua existência por considerar que quer o PG quer as GOP são os melhores documentos onde localizar as grandes orientações e políticas sobre os sectores.

Já relativamente à Política Nacional de Transportes (Questão 2), responde claramente que sim, enunciando novamente o PG e as GOP como os grandes documentos onde facilmente se vislumbram esta Política, independentemente de programas que existam.

Quanto à caracterização da relação entre Turismo e TA (Questão 4), esta Secretaria de Estado considera claramente terem objectivos comuns, enfatizando inclusive a função do TA no serviço ao turismo, ainda que não exclusivamente.

Avaliados sectorialmente, demonstra três opiniões:

- a) Dependência de orientações entre ambos
- b) Interdependência entre sector público e privado, onde o privado ajuda a causa pública e necessita de facilitação da sua acção
- c) Interdependentes na promoção, onde a promoção das CA promove indirectamente o destino e a promoção institucional do destino favorece as CA.

Como exemplos de contributos actuais identifica as *low-cost* como fenómeno universal, cabendo ao destino a sua atracção.

No que respeita ao papel potencial do TA (Questão 5), reconhece dependência muito forte entre sectores, onde o potencial seria aproveitar maiores sinergias face ao objectivo comum de trazer mais turistas.

Não revela alterações nas hierarquias, julgando-as com objectivos cada vez mais comuns e independentes. Não obstante, demonstra que o TA pode ter estratégias para o mercado interno e externo, devendo a liderança ser do turismo, a quem interessa a promoção do *incoming* e onde o TA pode ser grande aliado. Não identifica contribuições potenciais, mas reforça que os TA também têm interesse em captar os fluxos de *incoming*, mas não são o seu motor, cabendo esse papel ao turismo enquanto promotor do destino.

Os impactos da não-convergência (Questão 6), seriam profundamente negativos para ambos. A necessidade de mais turistas é resolvida com promoção. Se esta não existe, ressentem-se o turismo e os TA com falta de passageiros. O turismo deve elevar a atractividade do destino, para os TA funcionarem como instrumento de optimização.

Quanto ao actual processo de planeamento do NAL (Questão 7), justifica que a necessidade de uma nova infra-estrutura decorre da decisão do Governo, visando o desenvolvimento do sector a longo-prazo.

Julga ser um processo muito em convergência com o turismo, apesar das suas reclamações, nomeadamente pela preocupação das elevadas condições de acessibilidade ao centro da cidade.

Apesar do processo decorrer sob a sua tutela, julga poder ter existido até à data, alguma falta de comunicação ou dificuldade de comunicação da mensagem ao turismo. Esse cuidado de comunicação, explicação e acompanhamento será tido em maior consideração na evolução do processo.

7.3.1.2. Sector Privado

1. Alojamento

No que respeita ao produto alojamento, da CST, parece inegável que existe uma Política Nacional de Turismo (Questão 1), o que não significa este sector concorde com a mesma.

Consideram existir um conjunto de elementos que analisam o tema, com maior ou menor profundidade, sendo um deles o PENT. Neste documento, não há dúvidas que o Estado identifica sectores fundamentais, eixos de acção, mercados alvo, produtos como os que vêm referidos.

Relativamente a uma Política Nacional de Transportes (Questão 2), considera não existir, reflectindo o actual Estado de indecisão relativamente ao desenvolvimento dos transportes aéreos e ferroviários.

Não tem conhecimento profundo de documentos ou de vectores prioritários.

Na caracterização da relação entre TA e Turismo em Portugal (Questão 4), pensa que o primeiro é um gargalo ao desenvolvimento do segundo. As infra-estruturas do TA, nomeadamente os aeroportos, não permitem o equilíbrio entre a procura e a oferta alargada existente. Os conteúdos sectoriais individuais são independentes, sem interesse dos TA no planeamento do turismo: o seu foco é o transporte de A para B, sem interesse nas motivações por detrás da deslocação. Existem casos residuais, na criação de novos destinos em que o investimento depende da ligação aérea, assegurada frequentemente pelos hoteleiros.

Apesar de funcionarem em lógicas diferentes, o TA contribui para o turismo há muito tempo (Questão 5), com as companhias charter, regulares e agora *low-cost*, especialmente pela sua estratégia baseada no preço. Num cenário de optimização, o TA é essencial para o turismo, integrado com as infra-estruturas dos aeroportos. Como o desenvolvimento do turismo se faz por fluxos, é preciso alargar os gargalos, não necessariamente com mais aeroportos, mas mais eficientes, permitindo o aumento dos fluxos.

Quanto à convergência (Questão 6), o sector acomodação julga não é necessário o mesmo alinhamento ou o mesmo pensamento sobre os temas, porque o TA responde a muito mais do que os interesse turísticos. No entanto o impacto da não convergência aumenta a clivagem entre sectores e diminui a qualidade do serviço.

Quanto ao processo de planeamento do NAL (Questão 7), considera universal a necessidade, apesar de existirem elementos marginais, de carácter político ou conjuntural que desviam a atenção da decisão a ser tomada.

Não pensa existir convergência com o seu sector, representado neste assunto pela CTP, partilhando a opinião da falta de consulta, pensamento e intervenção no processo.

Pensa que a condução do mesmo teria beneficiado de maior recolha de opiniões e participação, sem alterar a capacidade de decisão.

2. Restauração e Bebidas

Os representantes desta categoria, consideram muito claramente não existir uma Política Nacional de Turismo (Questão 1) ou sequer uma Lei de Bases do Turismo. Segundo os mesmos faz falta uma estratégia aglutinada para o desenvolvimento de Portugal, perante os problemas da globalização, concorrência internacional, mecanismos de diferenciação e competitividade.

Existem algumas pistas, linhas orientadoras, documentos dispersos, mas não concentrados numa Política. Actualmente existe o PENT, com a aposta em determinados produtos e regiões mas sem explicar por exemplo como se integra com o PNOT. Do seu ponto de vista nunca será uma resposta tão correcta como a existência de uma lei de bases do turismo, onde estes princípios fossem definidos. Existem alguns aspectos que se têm, com maior ou menor êxito, mantido nas orientações do Governo: promoção; formação; investimento e animação. Em alternativa, Portugal não tem informação estatística detalhada de suporte às decisões, nem uma estratégia para as novas tecnologias quando os turistas internacionais cada vez mais a usam na reserva das suas viagens.

Relativamente à Política de Transportes (Questão 2), este sector atenta igualmente não existir. Os documentos conhecidos são absolutamente generalistas, como as GOP, mas não uma política integrada de transporte para Portugal. Identificam alguns desenvolvimentos sectoriais como as *low-cost*, o problema do aeroporto de Lisboa, ou a

discussão da ferrovia de alta velocidade. Com respeito ao transporte rodoviário, deu-se um salto qualitativo com o desenvolvimento de infra-estruturas fundamentais durante os últimos anos, esquecendo no entanto a ligação ao turismo com a falta por exemplo de sinalização turístico-rodoviária.

Os objectivos do Turismo e TA (Questão 4), de acordo com este representante, nunca serão contraditórios, podendo ser comuns em determinadas circunstâncias. O interesse dos transportes é essencialmente nos residentes, enquanto que o do turismo se estende aos visitantes e turistas internacionais. Na óptica do transporte o turismo é de todo o interesse potencial para a sua actividade.

Sectorialmente, no contexto do turismo, a componente transporte pode ser o mais facilmente autonomizável, se bem que o produto turístico depende criticamente dele. Actualmente, reconhece-se o contributo do transporte, com o crescimento das *low-cost*, com o potencial desenvolvimento da ferrovia de alta velocidade que no caso do mercado espanhol pode ser uma circunstância importante.

Num cenário de optimização do desenvolvimento do turismo (Questão 5), a sua organização passaria pela definição de uma Lei de Bases, com a definição e princípios gerais, confluência de políticas sectoriais e intersecção de objectivos, nomeadamente no caso do transporte aéreo, ao contrário da actualidade onde o turismo não pode opinar sobre o aeroporto de Lisboa, apesar das queixas do seu mau serviço.

A contribuição potencial dos TA é absolutamente crucial para o turismo, veja-se o seu peso superior a 70% no número de entradas. Perante este contexto não parece descabida a sua forte relação e a defesa da CTP de uma orientação política comum do Turismo e TA.

O impacto da não-convergência (Questão 6) dos sectores seria amplamente gravoso, pela tomada de decisões sem o conhecimento do seu impacto no desenvolvimento turístico. Alterações no planeamento dos transportes põem em causa as estratégias do turismo. Os mercados alvo da promoção turística, são exemplo disso, dependendo criticamente do transporte para a sua manutenção ou desenvolvimento.

Relativamente ao NAL (Questão 7), considera que é um processo divergente, pela não auscultação do turismo e a ausência de participação no processo de decisão. A ARESP tem participado no processo via ATL, levantando a questão da localização; da

participação do turismo e da dimensão da restauração e gastronomia como factor diferenciador para o turismo.

Este processo, a ser coerente com o discurso do Governo, onde o turismo é um vector fundamental da economia e futuro do país, deveria ter auscultado o sector. Não obstante razões técnicas ou ambientais, conducentes à solução encontrada, não foram consideradas as preocupações ou contribuições potenciais do turismo.

3. Transporte de Passageiros

Num país onde o turismo representa 30 milhões de visitantes, 12 milhões de turistas, 20% do emprego e quase 17% do PIB, este representante julga que deve existir uma Política Nacional de Turismo (Questão 1). Apesar do desconhecimento de documentos formais, perante os dados deste desenvolvimento, pressupõe-se uma política ou estratégia neste sentido.

Alguns eixos parecem ter tido desenvolvimento prioritário, para além do sol e praia, aparecendo outros nichos como o Turismo Rural no Alentejo e Douro, Golfe no Algarve e MICE em Lisboa e Costa do Estoril.

A Política Nacional de Transportes (Questão 2) não está explícita, mas implícita e dependente das propostas estratégicas das companhias, neste caso aéreas e do seu interesse em voar para Portugal. Não tem conhecimento de documentos formalizados, dependendo claramente da iniciativa privada. No entanto, a construção do NAL e a discussão da ferrovia de alta velocidade, são exemplos de vectores de desenvolvimento.

O turismo e o TA (Questão 3), estão intimamente ligados, não se podendo dissociar. Os seus objectivos gerais são comuns, apesar das visões nem sempre coincidentes. O transporte tem todo o interesse no turismo, mas a sua contribuição depende da proposta de valor de cada companhia. Por exemplo, a Madeira considera fundamental ter ligações directas das principais capitais europeias. A TAP tem o mesmo interesse, mas via Lisboa, já que tem uma elevada densidade de rotas, quer entre Lisboa e as principais capitais europeias, quer entre Lisboa e a Madeira.

O contributo actualmente mais visível do TA para o turismo (Questão 4) serão as *low-cost*, com uma proposta de massificação a preço muito baixo, criando novos destinos e segmentos de passageiros.

A sua contribuição potencial (Questão 5) passa por um plano estratégico delineado por ambos, definindo objectivos comuns dentro das necessidades de cada um. Se o turismo tem interesse em desenvolver determinado mercado, o TA tem a ganhar com toda a promoção turística que permita transportar passageiros para Portugal. O interesse comum carece de tempo para mostrar resultados, assim como as estratégias das companhias, voando via *hub* ou com voos directos. A hierarquia e organização do TA apenas na óptica de desenvolvimento do turismo, apesar de intimamente ligados, pode tornar o primeiro numa ferramenta do segundo, colocando em risco a sua sobrevivência, se ficarem dependentes de objectivos de transporte de passageiros em apenas alguns sentidos.

A não-convergência destes sectores (Questão 6) é um cenário impensável. Teria como consequência a morte do turismo via perda de competitividade para destinos concorrentes e consequentemente a morte das companhias aéreas por não existir nenhuma que sobreviva sem o turismo.

Quanto ao processo de desenvolvimento do NAL (Questão 7), fazendo fé nas queixas das associações do sector, APAVT, CTP, AHP, não tem havido convergência, por não terem sido ouvidas e discordarem das opções tomadas.

No caso particular da TAP, a mesma tem sido envolvida no processo através da ANA-Aeroportos. Neste caso existe convergência de interesses dadas as fracas condições do aeroporto actual e como principal *player* a TAP ter colaborado construtivamente.

Na condução deste processo, por ventura, deviam ser agradecidos os importantes contributos de todos, fechada a decisão sobre o processo e avançar rapidamente para a sua execução. Habitualmente fica-se demasiado tempo em posições de impasse que revelam uma falta de solidez de decisões que é muito perigosa.

4. Agências de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Turísticos

Os representantes deste sector afirmam não existir uma Política Nacional de Turismo (Questão 1), actualmente em Portugal. Existe uma ausência de documentos que formalizem o interesse do turismo para o país, existem recomendações de vários sectores mas não uma política nacional.

O país tem de indentificar as suas competências chave e concentrar-se no seu desenvolvimento. A sensação geral sobre o turismo é de um negócio de segunda, com flutuações da sua organização, ora com Ministério próprio, ora não. Nota-se por outro lado uma fraca qualificação da oferta, seja em termos de produtos principais, seja nos serviços complementares.

Relativamente a uma Política de Transportes (Questão 2), este sector não crê existirem documentos formalizados, nomeadamente sobre o modo aéreo. Parece existir alguma consciência da questão do desenvolvimento da ferrovia de alta velocidade, como alternativa ao transporte aéreo e isso seria sintomático de algum desenvolvimento, mas do transporte aéreo, não reconhece. Considerando prioritário tudo o que contribua para gerar tráfego, as *low-cost* e o comboio de alta velocidade, podem ser eixos prioritários.

Quanto à relação entre Turismo e TA (Questão 4), não registam objectivos contraditórios nem totalmente comuns. O pragmatismo da gestão dos TA não permite rotas que não sejam rentáveis e centra-se nos fluxos de entrada e saída do país, enquanto o turismo preocupa-se essencialmente com o fluxo de entrada no país. Sectorialmente, as agências de viagens e operadores têm conteúdos dependentes porque se cruzam com a venda de qualquer meio de transporte, angariando os vários elementos da cadeia e propondo-os ao turista. Actualmente, também os hoteleiros se aproximam dos operadores, reunindo competências à volta do transporte.

Todo o TA contribui para o turismo, apesar do mesmo nem sempre ser quantificado. Actualmente, as *low-cost* terão maior impacto no segmento lazer, enquanto as companhias tradicionais pela sua flexibilidade e por voarem para aeroportos centrais são mais adequadas para o segmento de negócios.

Num cenário de optimização (Questão 5), independentemente da organização propriamente dita, faz sentido para este sector a maior aproximação entre o TA e o turismo, enquanto seu maior *driver*. Esta aproximação, no sector público como no privado, é oportuna porque o turismo resulta de uma cadeia de valor. Tem-se assistido à integração de vários componentes, distribuição; transporte; alojamento, com contributos acrescidos. O problema de Portugal pode ser a sua pequena dimensão, porque os operadores estrangeiros têm essa capacidade e gerem os fluxos turísticos.

A não-convergência dos sectores Turismo e TA (Questão 6) resultaria em ineficiências, correndo o risco de falhar oportunidades de responder às necessidades do mercado. Os dois devem estar em estreita colaboração porque o turismo é um dos grandes *drivers* do TA.

O processo de planeamento do NAL (Questão 7), não tem de decorrido em convergência com o turismo, por ser desenvolvido virado para dentro, sem sensibilidade para os interesses que preocupam o turismo. O sector em particular afirma não ter sido consultado e a ausência de diálogo não parece benéfica como princípio. Em alternativa, deveriam ter sido consultados os maiores representantes da oferta turística; a distribuição; os hoteleiros. Seria um processo em que estas opiniões seriam no mínimo, ouvidas.

5. Aluguer de Equipamento de Transporte

A representação do segmento Aluguer de Equipamento de Transporte, considera existir uma Política Nacional de Turismo (Questão 1), através do plano estratégico para o turismo, PENT, elaborado em conjunto pela DGT, ITP e SET e ouvidas as representações dos privados, nomeadamente a CTP. No mesmo documento, consideram estar identificados os eixos prioritários, como a promoção turística e o novo quadro das regiões turísticas, no sentido da sua redução, o que parece adequado face à dimensão do país.

No respeitante aos transportes (Questão 2), identificam também a existência de uma Política Nacional de Transportes ao nível da Direcção Geral de Transportes Terrestres, mas basicamente centrada no transporte rodoviário de mercadorias, passageiros e táxis. No entanto, não reconhecem documentos onde a mesma se possa encontrar transcrita, assim como reconhecem vectores ou eixos prioritários de acção.

Na sua perspectiva do Turismo e TA em Portugal (Questão 4), revela-se que o turismo sem aviação não existe. Consideram que ambos têm objectivos comuns e que as companhias aéreas portuguesas são verdadeiros embaixadores do turismo português do estrangeiro, por divulgarem o país.

Num cenário de optimização do desenvolvimento do turismo (Questão 5), este representante reitera a necessidade fundamental dos transportes aéreos para o turismo, propondo a sua promoção, nomeadamente com a adequação de aeroportos preparados para os receber. Não definindo hierarquias ou planeamento, consideram como contribuição potencial para o turismo o fomento crescente do transporte aéreo, considerando transportadores e infra-estruturas, identificando o novo aeroporto de Lisboa como um exemplo da contribuição do TA para o turismo, criando as condições adequadas para receber.

A percepção dos impactos da não convergência do Turismo e TA (Questão 6), resultaria no fim do turismo. Seria um elevado retrocesso, com excedentes de hotéis, carros, restaurantes e restante oferta, pela falta de acessibilidade. O TA permitiu reduzir as distâncias e a existência de destinos que de outro modo estariam condenados.

Finalmente, no que respeita ao processo de planeamento do NAL (Questão 7), este sector vê-se representado pela CTP, partilhando da sua discordância do mesmo, nomeadamente no que concerne à análise de localizações e participação do turismo. O seu sector em particular não foi directamente consultado, facto que encaram como relevante, numa condução alternativa do processo, assim como aos restantes parceiros interessados.

6. Serviços Culturais

Os representantes dos serviços culturais nesta investigação, não emitem uma opinião formal sobre a existência em Portugal de uma Política Nacional de Turismo (Questão 1), alegando um conhecimento muito parcelar do tema, decorrente de alguns contactos institucionais com o ITL e ATL. Igualmente, não têm conhecimento de documentos afectos ao tema, assim como de vectores ou eixos prioritários de acção.

De modo semelhante, relativamente à existência de uma Política Nacional de Transportes (Questão 2), consideram não ter qualquer conhecimento sobre o tema, por estar fora das suas funções.

A relação entre Turismo e TA (Questão 4), também se caracteriza por desconhecimento, não existindo relacionamento institucional entre os representantes e qualquer um dos

dois sectores. No entanto, identificam, ainda que pessoalmente, algum impacto que as *low-cost* possam ter sobre o turismo, essencialmente de perfil urbano e algum potencial de visitantes dos museus.

Num cenário de optimização do turismo (Questão 5), no contexto das fracas relações institucionais, não vê como desadequadas as hierarquias e organização actuais, tal como não vislumbra exemplos de contributos potenciais.

No âmbito do planeamento do NAL (Questão 7), não tem qualquer conhecimento formal do mesmo, nem existe qualquer relacionamento institucional sobre o mesmo.

7. Recreação e Outros Serviços de Entretenimento

A associação seleccionada, representativa deste sub-sector, julga que uma verdadeira Política Nacional de Turismo (Questão 1) seria feita através de um Ministério do Turismo, representativo do maior peso económico do sector. Sem este enquadramento, consideram existir uma diversidade de retalhos, não coordenados e dependentes da motivação política.

Os documentos orientadores, decorrem das directivas da DGT e ITP, onde se deve incluir o ordenamento do território. Contudo, identificam alguns vectores, como a preocupação do governo com um turismo de qualidade, patente no desenvolvimento previsto para a Costa Alentejana e Alqueva. Neste caso, consideram existir alguma coordenação, preocupações com a sustentabilidade e desenvolvimento dos transportes aéreos e a integração dos transportes rodoviários e ferroviários.

Quanto à existência de uma Política Nacional de Transportes (Questão 2), identificam claramente decisões de âmbito nacional sobre esse sector, como a discussão de um novo aeroporto para Lisboa e investimentos estruturantes uma rede ferroviária de alta velocidade. Todavia, não têm qualquer conhecimento de documentos formais sobre o assunto.

Para estes representantes da relação dos transportes aéreos com o turismo é fundamental (Questão 4), especificamente no caso do golfe. Exemplificam com o caso do Algarve que sem o aeroporto de Faro, não seria o destino de referência de golfe que é

hoje. Sectorialmente, crêem ter conteúdos dependentes, no sentido em que limitações de transporte, repercutem-se em limitações no acesso turístico.

O exemplo actual de melhor contributo para os serviços de recreação e lazer, têm sido as *low-cost*, permitido um maior crescimento destas actividades.

Numa óptica de desenvolvimento do turismo (Questão 5), encaram o TA como componente fundamental. No entanto, prévia a esta análise deveria ser a avaliação dos produtos turísticos estratégicos para Portugal, identificando-se consequentemente o contributo potencial do transporte aéreo.

Como contribuições potenciais, identificam o desenvolvimento incrementado de companhias aéreas *low-cost* e dos transportes rodoviários de alta velocidade.

Em face da avaliação dos impactos da não convergência entre Turismo-Transporte Aéreo (Questão 6), reconhecem a elevada perda de dimensão do turismo pela falta deste canal fundamental e a consequente falência dos negócios do turismo, começando pela capacidade excedentária da hotelaria.

Finalmente, quanto ao processo de desenvolvimento do NAL (Questão 7), este subsector menciona ser representado pela CTP, partilhando a sua posição crítica sobre o andamento do processo, sem adequada consulta ao sector do turismo, perante um conjunto de decisões estratégicas sobre o mesmo.

Em alternativa e independentemente das conclusões alcançadas, proporia um método de participação diferente, considerando os parceiros da logística, transportes e turismo.

7.3.1.3. CTP

A Confederação do Turismo de Portugal, enquanto entidade de valor reconhecido, representativa do sector, não foi considerada na amostra definida no capítulo anterior, por se tratar de uma representatividade transversal de sectores, não preenchendo a condição de selecção prevista de apenas um representante por sector ou subsector do turismo.

Contudo, face ao exposto na recolha de dados efectuada a sua menção é amiúde efectuada, levando à tomada de decisão de recolha, também da sua opinião. Não obstante, não são postos em causa os pré-requisitos da amostra, porquanto esta recolha,

não se toma por válida e por isso motivo de análise individual de conteúdo, mas sim como enriquecedora da avaliação e interpretação das restantes entrevistas.

7.3.2. Análise de Conteúdo - Transversal

O ponto anterior, pretendeu realizar uma análise de conteúdo individual do resultado das entrevistas a cada sector avaliado, visando a maior precisão e imparcialidade na observação, transcrição e avaliação do conteúdo das mesmas.

Respeitando a opiniões citadas, aquele ponto pretende registar o parecer independente de cada representante.

Visando o enriquecimento da análise realizada, os conteúdos encontrados serão agora observados de modo transversal aos sectores, construindo o investigador para cada questão, uma imagem mais crítica e homogénea.

7.3.2.1. Questão 1

Decorrente do próprio tema do documento, a Questão 1 colocada aos membros da amostra prendeu-se com as suas percepções da existência actualmente em Portugal de uma Política Nacional de Turismo.

Das diversas respostas analisadas foi possível recolher conteúdos relativamente equilibrados, com três respostas positivas, quatro respostas negativas e duas respostas inconclusivas, correspondendo, sobre o total de nove entrevistas, respectivamente a 33%; 44% e 22%.

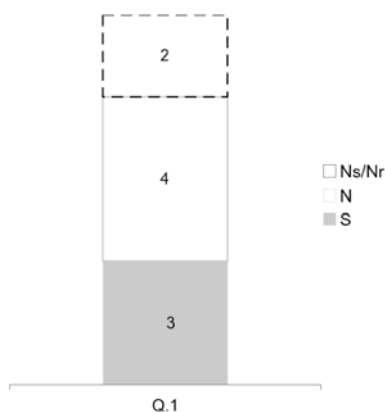


Figura 7.1 – Entrevista semi-estruturada: Questão 1.

Dos entrevistados que consideraram a existência de uma Política Nacional de Turismo, alguns nomearam documentos respectivos, identificaram o PENT ou mesmo as directivas das DGT e ITP.

Alternativamente, as respostas negativas, representantes da maioria, julgam que no actual contexto não existe uma Política Nacional de Turismo ou documentos comprovativos da sua existência de forma coligida e concertada. Um dos entrevistados reconhece adicionalmente que tal só existirá com a definição de uma Lei de Bases do Turismo, estabelecendo os princípios de uma estratégia aglutinada para o desenvolvimento do sector em Portugal, num contexto de globalização e concorrência internacional.

Apesar do resultado equilibrado, a perspectiva geral de desconhecimento ou adaptação de conceitos sobre o que seria uma Política Nacional de Turismo revela que a mesma não existe enquanto documento formal, público e publicitado, sem espaço para interpretações individuais. Prova adicional deste facto advém do seu cruzamento com a análise documental levada a cabo no Objectivo 1, onde o Governo actualmente em funções claramente refere, apesar de ainda não realizada, a necessidade de criação de uma Lei de Base do Turismo onde se enquadre uma Política Nacional para o Turismo.

7.3.2.2. Questão 2

Quando, paralelamente, se questionou sobre a existência actual de uma Política Nacional de Transportes, as respostas foram mais claras, com três respostas positivas e seis negativas, pesando, respectivamente 33% e 67%, do total de nove entrevistados.

Também neste caso, mas de forma mais conclusiva, a percepção dos entrevistados é da inexistência de uma Política Nacional de Transportes, nomeadamente, no que respeita ao transporte aéreo.

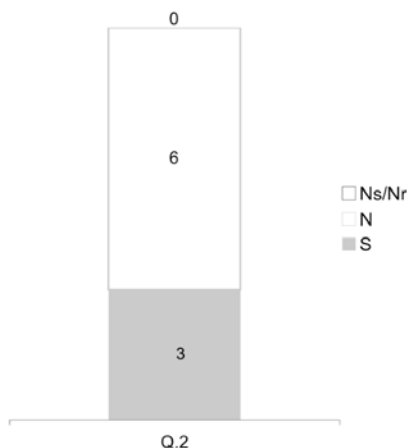


Figura 7.2 – Entrevista semi-estruturada: Questão 2.

Em ambas as respostas são feitas referências ao PG e às GOP, assim como à DGGT com respeito ao transporte terrestre.

Os entrevistados mencionam também áreas de intervenção e decisão recente do Governo, nomeadamente sobre o novo aeroporto de Lisboa e o transporte ferroviário de alta velocidade, cujas latitudes de intervenção e impacto se enquadrariam numa política nacional de transportes.

Em paralelo com a questão anterior, nota-se agora uma maior certeza da inexistência de uma Política Nacional de Transportes, nomeadamente que contenha o transporte por modo aéreo. De facto, este parece ser o caso, corroborado pela análise documental realizada no Objectivo 1, onde, ao contrário da questão anterior, os documentos de maior amplitude de referência como o PG ou as GOP, não vislumbram qualquer referência à organização nacional dos modos de transporte.

7.3.2.3. Questão 3

Como referido no capítulo anterior, a diversidade de sectores coligidos para a amostra, representantes da diversidade do turismo, permitiu, através da Questão 3, conhecer a percepção de cada um relativamente aos restantes, no que respeita ao seu contributo para o desenvolvimento do destino Portugal.

Ao pedido de classificação dos sete produtos característicos da CST, por ordem de importância de contributo, valorizando-os por ordem decrescente de contributo, de um (1) a sete (7), recolheram-se diversas respostas, nem todas claramente identificáveis pela ordem de classificação proposta, redundando nomeadamente na definição de grupos de produtos considerados com a mesma prioridade ou contributo.

Neste contexto, para permitir uma classificação geral, todas as respostas foram categorizadas com as classificações directamente obtidas, mesmo que alguns grupos de produtos tenham obtido a mesma classificação. Posteriormente e dado os produtos característicos terem o mesmo peso individual nesta análise, foi calculada a média aritmética de cada produto e ordenado-os de seguida por ordem crescente. Deste exercício, ilustrado na figura seguinte, recolhem-se dados interessantes da percepção geral da totalidade dos sectores da CST, representados com o mesmo peso.

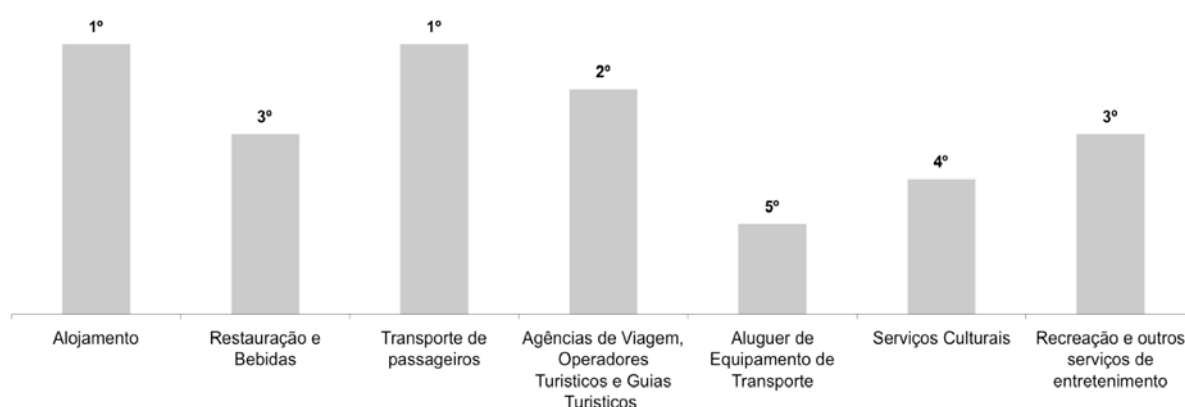


Figura 7.3 – Entrevista semi-estruturada: contributo para o desenvolvimento do destino Portugal.

De facto, apesar de eventualmente poder ter sido esperada de cada sector, a sua maior valorização individual, os resultados totais demonstram que as componentes “Alojamento” e “Transporte de Passageiros”, são na opinião geral os produtos considerados de maior importância para o desenvolvimento do destino Portugal.

Este dado reveste-se de maior validade quando cruzado com as estatísticas de receita turística ilustradas no Capítulo 2, 50% do gasto médio do turista europeu se fixa na “Restauração” por comparação com apenas 20% no “Alojamento”.

Em segundo lugar classificativo, é reflectido como maior contributo, o produto “Agências de Viagem, Operadores Turísticos e Guias Turísticos”, que em termos receita por sub-sector do turismo representa a segunda maior contribuição com 30% do total. Deve no entanto ser notado que este sub-sector contém os Operadores Turísticos, responsáveis pelo desenvolvimento do transporte aéreo na Europa.

Posteriormente, por ordem decrescente de contribuição, revelam-se em simultâneo os produtos Restauração e Bebidas; Recreação e Outros Serviços de Entretenimento e finalmente o Aluguer de Equipamento de Transporte.

7.3.2.4. Questão 4

Na sequência da entrevista semi-estruturada, a Questão 4, propunha recolher da percepção dos entrevistados, a caracterização da relação actual do Turismo e TA em Portugal.

A opinião genérica emitida é da elevada ligação entre os temas e os contributos bilaterais positivos que ambos exercem sobre ambos. Sobre este ponto, exemplifica-se, nomeadamente, o impacto positivo e bilateral da promoção do turismo, traduzindo-se na visibilidade do destino, gerando aptência e potencial para o mercado das companhias aéreas que em alternativa, pela sua operação e promoção própria, divulgam o seu país.

Já o modo como este relacionamento é gerido, não recolhe opiniões generalizadas, revelando, essencialmente, duas correntes de opinião. Uma ordem de ideias, defende que a organização e planeamento dos interesses do transporte aéreo devem ser mantidos sectorialmente independentes do turismo, defendendo que seguindo as políticas privadas deste sector e segundo as leis de mercado, melhor garantem a sua flexibilidade e sobrevivência, potenciando portanto o seu impacto no turismo.

A segunda corrente de opinião parte da interpretação do transporte aéreo como elemento da componente transporte do produto turístico. Por este facto e pelo maior peso contributivo do segundo sobre o primeiro, encaram com naturalidade a organização e planeamento comuns destes sectores, incluindo-os inclusive sob a mesma tutela na organização estrutura do sector público.

Estas opiniões dicotómicas permitem revelar que a interpretação comum destes dois temas parece só divergir perante a discussão do *status quo*, nomeadamente quando se

vislumbram eventuais necessidades de alteração da organização e hierarquia de cada sector, por exemplo pela criação de um Ministério do Turismo ou pela concentração das pastas do Turismo e Transporte Aéreo sob a mesma tutela.

Como exemplos actuais do contributo do transporte aéreo para o turismo em Portugal, reconhecem, mais recentemente o desenvolvimento das companhias *low-cost*, defendendo contudo que a própria existência do transporte aéreo é um contributo para o turismo, sejam as companhias ditas tradicionais ou *charter*.

7.3.2.5. Questão 5

Na sequência da pergunta anterior, a Questão 5 procura prever o contributo do TA, num cenário potencial de optimização do turismo. O objectivo da sua existência prende-se com, ao contrário da Questão 4 que solicitava uma percepção actual, factual, propor um cenário futuro de optimização do turismo em Portugal.

As respostas a esta questão, corroboram na generalidade as opiniões emitidas na questão anterior, particularmente no que diz respeito a hierarquias, objectivos e planeamento, consolidando a elevada dependência dos sectores e o potencial aproveitamento mútuo de oportunidades. No âmbito das potenciais contribuições, são identificadas as seguintes áreas de trabalho que importa realçar:

- Incrementada promoção conjunta do destino, com a liderança do turismo;
- Conhecimento mútuo de estratégias e iniciativas sectoriais;
- Parceria para a criação, desenvolvimento e manutenção de novas rotas;
- Desenvolvimento adequado das infra-estruturas aeroportos em termos de dimensão e serviço, minimizando o actual gargalo sobre os fluxos de turistas e os baixos níveis de serviço;
- Criação do Ministério do Turismo, com tutela sobre o sector do transporte aéreo;
- Integração pública ou privada de vários componentes da cadeia de valor do turismo, para concorrência com operadores internacionais que geram controlo sobre fluxos;
- Desenvolvimento do NAL com condições adequadas a servir de exemplo do contributo do TA para o turismo.

7.3.2.6. Questão 6

Reconhecendo a valia da discussão Turismo-Transporte, a Questão 6, colocada de seguida, inverteu a perspectiva anterior, numa tentativa de validação da mesma, interrogando sobre a percepção dos impactos da não-convergência destes sectores.

As resposta a esta questão é unânime em considerar os impactos profundamente negativos para ambos, conduzindo necessariamente à falência do modelo actual, dada a sua tão elevada dependência deste meio de transporte.

Curiosamente, este pensamento é partilhado inclusive pelos entrevistados que não julgam especificamente necessária a convergência entre os sectores, do ponto de vista de alcance de um objectivo comum.

Uma das conclusões recolhidas, como antídoto para a não-convergência, seria a capacidade das instituições do turismo elevarem, via promoção, a atractividade do destino Portugal, para que as companhias aéreas pudessem funcionar como instrumento nessa acessibilidade.

Face aos comentários expostos até ao momento, na análise do Objectivo 2, é possível já validar com clareza as pré-formuladas Hipóteses 2 e 3, assim como a Hipótese 1 supracitada no ponto 7.2.

Hipótese 1 – Não se vislumbra, de modo formal, uma Política Nacional de Turismo.

Isto é, existem referências dispersas ao tema mas não sob a forma de um corpo de pensamento comum, planeado e articulado com sectores e interesses complementares.

Hipótese 2 – Não se vislumbra, de modo formal, uma Política Nacional de Transporte, especificamente por modo aéreo.

Isto é, existem referências dispersas ao tema mas não sob a forma de um corpo de pensamento comum, planeado e articulado com sectores e interesses complementares.

A percepção dos *stakeholders*, traduzida na discussão das questões sob entrevista, confirmam, de facto, que não se vislumbra de modo formal uma Política Nacional de Turismo ou de Transportes, enquanto corpo de pensamento comum, planeado e articulado com sectores de interesses complementares.

Também os documentos referenciados como afectos aos temas, nomeadamente, Programa de Governo, Grandes Opções do Plano ou Plano Estratégico Nacional do Turismo, não podem, à luz dos conceitos explícitos no Capítulo 3 e Capítulo 6, ser tomados como uma Política Nacional de Turismo ou de Transportes.

Esta leitura é permitida e corroborada pelo próprio Governo ao definir como intervenção estratégica, no seu PG, a definição de uma Lei de Bases do Turismo que consagre as linhas orientadoras e a estratégia de uma Política Nacional de Turismo, facto sobre o qual não existe conhecimento público à data.

Hipótese 3 – Existe a noção generalizada e a aceitação do contributo mútuo entre Turismo e Transporte Aéreo, mas não se vislumbram planos para a sua avaliação, quantificação ou optimização.

De igual modo, no seio da análise do presente Objectivo 2, é patente a validade da Hipótese 3, pela noção e aceitação generalizada do contributo mútuo entre Turismo e Transporte Aéreo.

Este facto é unanimemente defendido pelos entrevistados, revelando-se inclusive alguma dedução teórica deste mútuo contributo. Todavia, não foram indentificados, métodos estabelecidos da avaliação deste impacto bilateral, assim como a sua quantificação ou planeamento da sua optimização. Esta dedução, mantém a validade da dualidade de opiniões sobre o relacionamento turismo-transporte aéreo, incluindo nomeadamente a sua representatividade na organização do sector público.

Finalmente, a Questão 7, onde se pretende avaliar o processo de planeamento do NAL é analisada em detalhe no contexto do objectivo seguinte.

7.4. Objectivo 3

Avaliação da percepção da adequação das estratégias previstas para o desenvolvimento do NAL, aos objectivos definidos no planeamento e política nacional do turismo em Portugal.

Como referido no capítulo anterior, previu-se alcançar este objectivo por duas vias.

Por um lado, através da utilização de dados secundários e documentais, avaliar a existência e o teor de referências, avaliações ou estudos do desenvolvimento do turismo

em Portugal, no âmbito da documentação pública e oficial, disponível à data, sobre os planos de desenvolvimento deste projecto.

Por outro lado, não menos importante, associar o mesmo ao objectivo anterior, incluindo-o na avaliação da percepção do potencial contributo para o desenvolvimento do destino Portugal, deste desenvolvimento previsto.

7.4.1. Análise Documental

7.4.2. Apresentação do NAL

A apresentação pública da decisão do Governo de construção de um novo aeroporto de Lisboa, NAL, realizou-se a 22 de Novembro de 2005, com a presença do Primeiro-Ministro; Ministro das Obras Públicas, Transportes e Comunicações e ainda do Secretário de Estado Adjunto das Obras Públicas e Comunicações.

Nos seus discursos, representantes do ponto de vista da mais elevada estrutura hierárquica do sector, existem algumas referências ao turismo.

O Primeiro-Ministro, por um lado, refere-se ao turismo como “um sector da maior importância para Portugal”, elegendo-o inclusive como o mais lesado, tendo “todas as razões para criticar os seus políticos os seus governantes se o Governo assistisse impávido ao que está a acontecer ao aeroporto da Portela, sem propor nenhuma solução para resolver o actual congestionamento”. Neste sentido, considera ainda que a decisão tomada “é um sinal positivo que se dá ao turismo português”.

Por outro lado, o Ministro das Obras Públicas, Transportes e Comunicações, menciona que de entre as orientações e medidas reflectidas nos documentos de enquadramento da acção do Governo, designadamente nas Grandes Opções do Plano, no Programa de Investimentos em Infra-estruturas Prioritárias e no Orçamento de Estado para 2006, a melhoria da rede de aeroportos nacionais têm uma importância decisiva.

Este objectivo é justificado pelo responsável por três ordens de razões:

1. Pelo previsível aumento do tráfego;
2. Pela consequência do desenvolvimento de outros sectores nacionais da actividade económica, designadamente o comércio e o turismo;

3. Pelas vantagens competitivas da posição estratégica do País face às rotas intercontinentais.

Já o Secretário de Estado Adjunto das Obras Públicas e das Comunicações, anuncia o evento de apresentação como o objectivo de “apresentar, debater e esclarecer, num clima de total abertura e transparência, os fundamentos que presidiram à decisão de avançar com a concretização do projecto do Novo Aeroporto de Lisboa”.

A iniciativa, considera, faz parte de um conjunto de comunicações previstas, como:

- a divulgação no site da NAER dos estudos realizados ao longo de várias décadas;
- a edição de uma brochura contendo as respostas às perguntas mais frequentes sobre esta temática e
- a apresentação do projecto a alguns dos principais *stakeholders*, nomeadamente operadores hoteleiros e agentes do turismo.

Sem outras referências ao turismo, este tema, revela-se no discurso destes responsáveis como um dos elementos mais dependente das limitações do transporte aéreo, neste caso por falta de capacidade aeroportuária.

Depreende-se também da linguagem, o interesse do Governo no debate, na transparência de decisões, nomeadamente com os principais *stakeholders*, onde considera incluir-se o turismo.

7.4.3. NAER

No quadro do Governo em funções, o sector dos transportes aéreos em Portugal é tutelado pela actual Secretaria de Estado das Obras Públicas e Comunicações, contemplando por isso a responsabilidade do processo do Novo Aeroporto de Lisboa, NAL, a que se refere a apresentação pública citada.

A formalização deste processo foi estabelecida pelo Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território do XX Governo Institucional, com a publicação do Decreto-Lei nº109/98 de 24 de Abril, onde se prevê a criação da NAER- Novo Aeroporto SA, sociedade esta também citada pelos discursos analisados.

No ponto 2 do artigo 1º deste diploma, define-se como objecto da sociedade, “proceder ao desenvolvimento dos trabalhos necessários à preparação e execução das decisões

referentes aos processos de planeamento e lançamento da construção de um novo aeroporto no território de Portugal continental”.

De facto, é nesta empresa que o Governo delega a concentração de todo o processo de planeamento do novo aeroporto, justificando a análise dos seus documentos publicados. Face ao interesse do Governo na reiterada clareza e disponibilidade da informação, no *website* da empresa, em www.naer.pt, apresentava, à data, todos os estudos públicos realizados entre 1997 e 2005.

Dos cerca de sessenta e oito documentos referentes a estudos realizados neste período de tempo, apenas um deles, composto por seis documentos, diz respeito ao turismo, mais propriamente, ao “Estudo da Sensibilidade do Turismo à Deslocalização do Aeroporto de Lisboa”, realizado pela consultora Roland Berger, para a Associação de Turismo de Lisboa, ATL.

Ainda que não divulgado publicamente, à data de conclusão da investigação, foi também possível ter acesso ao estudo em progresso, solicitado pela NAER aos consultores Neoturis, subordinado à avaliação do impacto no turismo da deslocalização do aeroporto de Lisboa.

Em termos documentais, os suportes resumem a articulação do tema turismo com o processo de planeamento do NAL. Ambos os estudos referidos mencionam o contacto com os principais *stakeholders* do turismo, assim como a auscultação dos principais mercados emissores.

Os representantes do turismo figuram assim nas entidades contactadas, dependentes das metodologias escolhidas para a análise da sua percepção.

A conclusão geral dos mesmos aponta para um impacto negativo marginal, da deslocalização prevista do aeroporto, decorrente de dois pressupostos:

1. O facto da distância do centro da cidade não ser um factor crítico na escolha do destino pelos mercados emissores;
2. A necessidade imperativa de acessos ferroviários e rodoviários dedicados à redução do tempo e custo de acesso ao centro da cidade.

7.4.4. Entrevista

A Questão 7 colocada em entrevista ilustra a segunda via prevista para a recolha da informação.

Como notado, beneficiou-se do método de entrevista aos *stakeholders* para a inclusão e enriquecimento dos pontos previstos serem alvo de análise documental.

O processo de planeamento do NAL está actualmente em curso, inserindo-se nas GOP.

Considera que este processo de planeamento está a ser levado a cabo com o sector do turismo?

No caso do seu sector em particular?

O que faria de diferente na condução do processo?

Seguindo a mesma organização da amostra reflectida no Capítulo 6 – Metodologia, mantém-se a organização dos entrevistados em dois grupos, representativos para este efeito dos sectores público e privado.

7.4.4.1. Sector Público

A. Secretaria de Estado das Obras Públicas e Comunicações

A SEOPC, ao tutelar o sector dos TA em Portugal revela que o Governo identificou a limitações de crescimento do actual aeroporto de Lisboa e decidiu criar uma nova infraestrutura com capacidade de expansão e resposta ao desenvolvimento de médio-prazo. Considera que o processo tem sido levado a cabo em convergência com o turismo, apesar das suas queixas, ilustrando nomeadamente a elevada consideração a dar às condições de acessibilidade ao centro da cidade, como a maior necessidade realçada pelo turismo.

Não obstante considerar que tudo pode ser alvo de melhoria, traria como diferença, o aumento da comunicação, explicação e acompanhamento do turismo na evolução do processo.

B. Secretaria de Estado do Turismo

Enquanto representante do turismo, o ITP não encontra necessidade de ser consultado relativamente à necessidade de uma nova infra-estrutura, por a considerar evidente, em adição a ser uma prerrogativa do Governo.

Pensando que a liderança deste processo deve continuar a ser dos TA, considera que há convergência pela preocupação do Estado relativa à criação de acessibilidades rodoviárias e ferroviárias rápidas e confortáveis.

Considera que acompanhou o processo via a SET, com informação e opinião sempre que solicitado, realçando ainda que quem deveria ter mais interesse em ser consultado seriam os representantes do próprio sector dos TA.

Relativamente à diferente condução do processo, não prevê alternativas nem a necessidade de prolongadas e amplas consultas públicas, realçando o poder do Governo de tomar tal decisão, assumindo no entanto a responsabilidade dessa decisão.

7.4.4.2. Sector Privado

1. Alojamento

Como representa do sector privado e do produto característico “Alojamento” da CST, a AHP considera igualmente que a decisão sobre a necessidade de uma nova infra-estrutura é unânime. No entanto existem interesses marginais que desviam a atenção da decisão a ser tomada.

Sendo representada pela CTP nesta matéria, a AHP não discorda da necessidade, diverge da falta de convergência da decisão com o sector do turismo, que a ser levado a cabo não tomaria muito mais tempo e ganharia com o interesse e o empenho das pessoas.

2. Restauração e Bebidas

A representante do segmento “Restauração e Bebidas” não considera ter havido convergência com o sector do turismo, falhando o processo pela não auscultação do sector e pela sua ausência de participação no processo de decisão.

Participando na discussão do tema através da ATL, a ARESP considera não existir coerência entre o discurso do Governo que descreve o turismo como vector fundamental da economia e do futuro do país e a sua ausência de participação em decisões que

influenciam o seu futuro. Considera que não obstante razões técnicas ou ambientais conducentes à solução prevista, não foram tidas em considerações as preocupações e contribuições que o turismo poderia trazer.

3. Transportes de Passageiros

A maior transportadora aérea portuguesa não sabe se existirá convergência com o turismo, face às queixas efectuadas por algumas associações do sector.

No seu caso particular considera ter sido sempre envolvida no processo, processo este que converge com o interesse da TAP, em termos de condições de funcionamento e serviço. Podendo fazer alguma coisa de diferente na condução do processo, fecharia a fase de discussão, tomando uma decisão inequívoca e avançando rapidamente para a sua execução, por julgar perigosa a indecisão e falta de solidez de posições.

4. Agências de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Turísticos

Em paralelo com outras associações representantes do turismo, a APAVT não considera que haja de todo convergência, por não serem levados em consideração um conjunto de interesses que se preocupam com o desenvolvimento do turismo.

Para além de sentir que o sector não foi ouvido, julga que esta falta de diálogo não é benéfica e que existem outros tipos de interesses a influenciar a decisão de localização.

Relembra que o que estaria em causa não seria a questão técnica mas sim o princípio do diálogo, onde as opiniões pelo menos dos maiores representantes das grandes componentes da oferta turística deveriam no mínimo ter sido ouvidas.

5. Aluguer de Equipamento de Transporte

Os representantes do sub-sector “Aluguer de Equipamento de Transporte” é representado nesta matéria pela CTP e partilha da sua discordância em termos de localização. Apesar de considerar unânime a necessidade de um novo aeroporto, julga que na condução do processo deveria ter sido incluída a consulta aos parceiros interessados.

6. Serviços Culturais

O IPM enquanto representante do produto “Serviços Culturais” não tem opinião sobre o processo, por não existir qualquer ligação institucional com o tema. Conhece apenas alguma informação pública, pelo que não emite uma opinião.

7 . Recreação e Outros Serviços de Entretenimento

Também o CNIG se faz representar nesta matéria pela CTP, cuja posição é crítica pela falta de convergência que o processo tem tido com o turismo, sem a sua consulta e relativamente a decisões estratégicas para o futuro do seu sector.

Na sua condução do processo teria alterado o método de participação, incluindo os parceiros interessados da logística, dos transportes e do turismo.

Como mencionado, este objectivo específico da investigação está contido no âmbito da recolha e análise da percepção dos principais *stakeholders* do sector do turismo em Portugal, enquanto seus representantes formais.

A Questão 7 do questionário pretendeu utilizar um processo de decisão em curso que oportunamente implica o sector do transporte e do turismo, para depreender de um caso prático, o seu grau de convergência. Da avaliação desta percepção, como ilustrado na figura seguinte, redonda a compreensão, por maioria, da não convergência deste processo, representando respectivamente 56% do total de nove respostas da amostra.

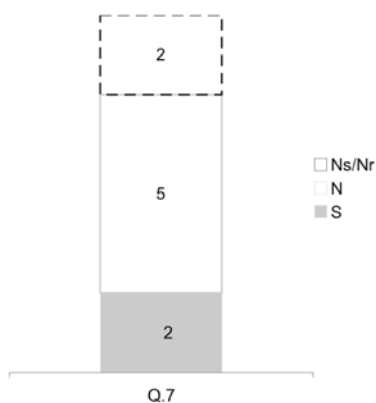


Figura 7.4 – Entrevista semi-estruturada: Questão 7.

Como referido pela ARESP, o discurso do Governo integra o turismo como actividade fundamental para o desenvolvimento do país, no entanto, pela amostra em causa, a maioria dos representantes do turismo considera que este processo não tem sido

conduzido em convergência com os interesses do seu sector, nomeadamente pela falta de audição das suas opiniões e preocupações.

Por outro lado, relativamente aos representantes do sector público, existe a convicção de que o Governo está atento às necessidades do turismo, pela comunicação de informação realizada e pela consideração da sensibilidade das condições de acessibilidade à cidade de Lisboa que a nova localização poderá provocar. Estes representantes, consideram adicionalmente que a decisão é da responsabilidade do Governo, valorizando mais a sua tomada e responsabilização, do que eventuais auscultações sectoriais ao turismo, por considerarem que o tema se coloca especialmente na esfera do Transporte Aéreo.

Não obstante as diferentes opiniões, a generalidade dos entrevistados reconhece a possibilidade de existência de maior comunicação por forma a reunir os interesses dos dois sectores.

Na sequência dos dados recolhidos sob o presente objectivo, torna-se possível validar a Hipótese 4 proposta.

Hipótese 4 – O discurso político favorece esta interacção turismo-transporte, mas tem dificuldade em concretizá-la, nomeadamente no âmbito de novas decisões estratégicas.

De facto, transparece das diversas opiniões a forte articulação turismo-transporte, largamente argumentada pelo discurso político e igualmente já reconhecida na análise documental levada a cabo no anterior ponto 7.4.1.

A concretização desta articulação é porventura habilmente representada, pelo próprio argumento do Governo, citado nas Grandes Opções do Plano, quando defende como política geral, a necessidade de um planeamento “dinâmico” e “sistemático”, com participação tripartida, “da administração pública, operadores públicos e operadores privados”.

É essencialmente esta perspectiva que se recolhe da percepção dos entrevistados, em especial dos representantes do sector privado. Confirmando a Hipótese 4 e reconhecendo a subjectividade da sua análise, é possível reconhecer a distância entre o teor do discurso político e o reflexo do mesmo, num caso práctico e em desenvolvimento.

7.5. Conclusão

No decorrer dos capítulos três a cinco foi revista a bibliografia de suporte à investigação do tema turismo, ao seu planeamento enquanto actividade nacional e em particular ao seu relacionamento com o tema transporte, em particular por modo aéreo. Esta análise permitiu validar o tema apresentado e introduzir os objectivos e hipóteses de investigação que este trabalho se propôs sobre a realidade portuguesa.

Aos três objectivos específicos da investigação levada a cabo, foram associadas técnicas de recolhas de informação que incluíram a pesquisa e análise documental; a realização de entrevistas e respectiva análise de conteúdo. A validação das hipóteses sugeridas foi conseguida, pela recolha de informação via um ou mais métodos utilizados, onde, sempre que foi possível, tentou enriquecer-se a interpretação das informações recolhidas, pela intersecção com outros métodos utilizados, nomeadamente no caso da entrevista. A realização da entrevista, superou os objectivos iniciais da recolha, graças ao esforço dos contactos e amabilidade das respostas, permitindo o acesso à opinião das entidades reconhecidas como líderes dos sectores público e privado do turismo em Portugal.

Da análise e discussão dos dados da investigação surgem validadas as hipóteses aventadas, nomeadamente a Hipótese 1 e Hipótese 2 que sugerem, respectivamente, a inexistência em Portugal de uma Política Nacional de Turismo e Transporte. Como referem Inskip, Cooper, Pender ou Mannetti e Minghetti, gestão actual do turismo ou mais especificamente das áreas-destino, pela sua complexidade, obriga ao seu planeamento integrado e ao uso dos mais recentes instrumentos de gestão e *marketing* na sua optimização. No caso português, não foram encontrados indícios da existência de uma Política Nacional que leve em conta, por exemplo, a gestão estratégica e sustentável do turismo, nem da sua instrumentalização com a componente transporte.

Não obstante, a percepção geral dos sectores público e privado, efectivamente responsáveis pela gestão prática do turismo em Portugal, reconhece, como sugerido na Hipótese 3, o forte relacionamento bilateral entre Transporte Aéreo e Turismo, principalmente da função que o primeiro pode ter no incremento do segundo. Todavia, revelam os dados, estas actividades não são objecto de planeamento formal conjunto, nem tão pouco este potencial é medido.

Traduz-se dos dados recolhidos a indefinição do sector público perante o seu papel no turismo nacional. Como notam Inskip, Cooper ou Pender, o Governo parece reconhecer o seu papel instrumental na industria nacional, planeando inclusive a definição de uma Lei de Bases para o sector e uma Política Nacional dedicada. Diametralmente, não concretiza as estas suas intenções e aparenta não ter capacidade ou forma de medir os impactos do turismo em geral e a avaliação do potencial do instrumento transporte aéreo em particular, como ilustrado no trabalho de Page.

Finalmente, da informação coligida é possível ainda validar a quarta hipótese alvitrada, sobre a inconsistência entre o discurso politico e um caso practico actualmente em desenvolvimento como é o projecto do novo aeroporto de Lisboa. Dos documentos acedidos e das opiniões dos *stakeholders* recolhidas, facilmente se deprende esta dificuldade de materialização. O Governo defende a necessidade de planeamento dinâmico, sistemático, com participação tripartida da administração pública, operadores públicos e operadores privados, mas mostra-se inábil para o concretizar na opinião do sector privado, nomeadamente pela falta de recolha de opiniões e diálogo.

Em resumo, considera-se que a metodologia escolhida para a investigação proposta permitiu a recolha qualitativa e quantitativa de informação de molde a responder aos objectivos estabelecidos, validando nomeadamente o interesse geral e âmbito no aprofundamento da convergência estratégica entre o Turismo e o Transporte Aéreo.

Capítulo 8 - Conclusões e Implicações

8.1. Conclusão Geral

O Turismo é considerado, inegavelmente, um dos maiores fenómenos influenciadores do desenvolvimento económico, social e ambiental da nossa sociedade. Enquanto actividade económica, trata-se de uma indústria de dimensão e impacto mundial, cujo volume rivaliza com a indústria automóvel ou mesmo com a petrolífera. Tem associada a geração de relevantes benefícios económicos e sociais, para intermediários, destinos; Governos e comunidades locais.

Uma das suas componentes fundamentais, discutida nesta investigação é a componente transporte, nomeadamente por modo aéreo. Paradoxalmente, foram os desenvolvimentos científicos e técnicos da II GGM que possibilitaram o progresso da aviação civil, permitindo-lhe a racionalidade comercial. O motivo da sua massificação foi o Turismo, transformando em Destino, qualquer lugar no globo, mercê desta nova noção de acessibilidade. Fruto desta revolução, novas áreas-destino encontraram no turismo um meio essencial de sobrevivência económica, assim como, por vezes, uma ameaça cultural e ambiental.

Pelos seus impactos económicos, sócio-culturais e ambientais, o estudo académico do turismo tem sido amplamente aprofundado nas últimas décadas, sob as mais diversas dimensões e perspectivas, incluindo o seu relacionamento com a componente transporte, por ser o meio exclusivo de ligação entre os dois maiores pólos do sistema: procura-oferta ou origem-destino. Qualquer forma de desenvolvimento económico requer um cuidado planeamento, se se deseja atingir com sucesso os objectivos implícitos e explícitos desse desenvolvimento. No caso do Turismo, por se tratar de uma actividade multi-sectorial e implicar impactos económicos, sociais e ambientais, o seu desenvolvimento requer um planeamento considerável e ainda mais cuidado, por forma a garantir o seu sucesso e a sustentabilidade de recursos colectivos.

Apesar de se tratar de uma indústria eminentemente privada, é realizado sob domínio público, consumindo recursos comuns das comunidades locais e dos residentes adicionais chamados turistas. Também por este facto, a intervenção explícita ou implícita

do Estado torna-se obrigatória, independentemente da sua inspiração política mais intervencionista ou liberal. A definição do papel do Estado no Turismo é portanto fulcral ao seu desenvolvimento enquanto actividade e ao seu relacionamento, por exemplo com outras áreas públicas como o ambiente ou o ordenamento do território.

No entanto, a velocidade do progresso da perspectiva económica privada do turismo - hoje verdadeiramente global, não aguarda pela indecisão dos Estados na definição do seu papel, pressionando o ciclo de vida de um destino, por vezes até à sua extinção. Também por esta razão o Turismo é hoje uma actividade sujeita à gestão profissional, incorporando conceitos como sustentabilidade; gestão estratégica; ciclo-de-vida; *marketing*; gestão do destino; segmentação de clientes; acessibilidade; motivação, entre outros, num mercado de oferta e procura totalmente globalizado, consequência do transporte por modo aéreo.

O estudo do impacto da componente Transporte revela-se assim como condição necessária ao estudo do Turismo, especialmente em circunstâncias em que a geografia de um país ou destino não favore a diversidade de acessos. É este o caso de Portugal, onde a sua única fronteira terrestre com Espanha e com o continente europeu, dita o modo aéreo como fundamental à acessibilidade da procura, para além deste mercado natural que é o país vizinho. Se a esta fronteira geográfica se vincular o facto das mais próximas relações económicas, históricas e culturais de Portugal se estabelecerem com África ou com o Brasil, o transporte por modo aéreo reveste-se de ainda maior relevo, no planeamento do desenvolvimento do Turismo e do País.

O objectivo geral desta investigação prende-se exactamente com este enquadramento. Se por um lado, a especialidade do estudo do Turismo demonstra a necessidade de recurso a instrumentos de gestão cada vez mais sofisticados e por outro lado, a acessibilidade do destino Portugal se encontra fortemente dependente de um só modo de transporte, fará sentido investigar a validade da convergência entre os temas, visando a optimização da capacidade turística do país.

A prossecução científica deste objectivo levou à definição hipóteses, objectivos específicos e metodologia, suportada, em termos de instrumentos de recolha, na análise documental e entrevistas. O processo de investigação permitiu conhecer em detalhe o estado do Turismo em Portugal, pela análise dos seus documentos oficiais de referência

e pela recolha das opiniões dos seus mais representativos líderes, do sector público e do sector privado.

Desta análise foi possível concluir, em primeiro lugar, que no âmbito das referências académicas, Portugal não possui um Plano Nacional de Turismo ou mesmo um Plano Nacional de Transporte, enquanto conjunto de objectivos base ao planeamento do Turismo ou dos Transportes. Existem referências a ambos os temas nos documentos reguladores de maior amplitude nacional (PG e GOP), mas não um pensamento único e concertado sobre os temas, quando, curiosamente, o próprio Governo neles explicita a sua intenção de definição de uma Lei de Bases para o Turismo e uma Política Nacional dedicada. Dado encontrar-se situação semelhante no caso dos Transportes, deduz-se a inexistência de convergência de estratégias e da própria aferição dos impactos bilaterais.

Não obstante, é claramente ilustrado pelas opiniões públicas e privadas recolhidas, a noção generalizada do histórico contributo positivo dos Transportes Aéreos para o Turismo em Portugal, assim do elevado potencial de desenvolvimento deste binómio. A dúvida pôr-se-á, porventura, no modo de relacionamento entre estas duas actividades privadas, nomeadamente no que respeita à sua regulação tutelar hierárquica, revelando mais uma vez a onnipresença do papel do Estado.

De acordo com a análise de Page ou mesmo da OCDE, os países devem proceder à avaliação sistemática dos benefícios económicos do crescimento do Turismo decorrente de Políticas de Transporte Aéreo mais liberais. O turismo deve ter um peso na criação de políticas, equivalente à sua importância para a economia, de modo a encontrar o equilíbrio entre os interesses do Turismo e do Transporte Aéreo. Mais do que a disputa territorial entre sectores e profissionais, revela-se a possibilidade do Turismo, pela sua característica de diversidade e agregação, se tornar um instrumento da estratégia económica, social e cultural portuguesa. No entanto, esta sua oportunidade estratégica terá porventura de decorrer em grande medida, de uma responsabilidade do Estado e da sua representação do interesse comum e nacional.

Associando a história de Portugal às regras de mercado, seria quiçá oportuno encarar, por exemplo, os países de língua oficial portuguesa, como extensões do mercado nacional, onde por via de tomada de posições económicas no turismo, de e para, essas

regiões, se retirariam dividendos estratégicos para Portugal, de índole económica, política e cultural.

Finalmente, reconhecendo a inexistência oficial em Portugal de uma Política Nacional de Turismo ou de Transporte, a validade da convergência estratégica entre o o Turismo e o Transporte Aéreo, enquanto objectivo geral desta investigação, considera-se plenamente legitimada pelo conhecimento académico e empírico coligido durante a mesma. Também por este facto, se considera este documento como um modesto mas válido contributo para encetar investigações futuras mais profundas.

Bibliografia

ABN AMRO - **Transport Sector Research**. Amsterdam: ABN AMRO, 2001.

ACI Europe - **Airport Charges in Europe**. Brussels: ACI Europe, 2003.

ASFORD, Norman - **Experiences with Airport Privatization**. Airport 2000. London: Sovereign Publications, 2000.

ASHFORD, N.; STANTON, H.; MOORE, C. – **Airport Operations**. New York: McGraw-Hill, 1997.

ATAG - **Economic & Social Benefits of Air Transport**. Geneve: ATAG, 2005.

BASTOS, J. M. - The Air Transport Policy and Strategy of the European Union. In WTO – **WTO Seminar on Tourism and Air Transport**. Funchal: WTO, 25-26 May 2000.

BCG - **Airports: Dawn of a New Era**. Munich: The Boston Consulting Group, 2004.

BENTLEY, David J. - **World Airport Privatization Study**. London: Euromoney Institutional Investor, March 2000.

BIEGER, T.; WITTMER, A. - **Air Transport and Tourism: perspectives and challenges for destinations, airlines and governments**. Amsterdam: Journal of Air Transport Management, Elsevier, January 2006.

BISHOP, Simon; GRAYLIN Tony – **The Sky's the Limit: Policies for sustainable aviation**. London: Institute for Public Policy Research, 2003

BRAMWELL, B. - Actors, Networks and Tourism Policies. In BUHALIS, D.; COSTA, C. - **Tourism Management Dynamics**. Oxford: Elsevier, 2006.

BRIGGS. D., - Tourism Development and Airlines in the New Millennium: An Operations Management Perspective. In LUMSDON, L.; PAGE, S. – **Tourism and Transport: Issues and agenda for the new millennium**. London: Elsevier, 2006

BUHALIS, D; COSTA, C – **Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry**. London: Butterworth-Heinemann, 2005.

BUHALIS, D; COSTA, C – **Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools**. London: Butterworth-Heinemann, 2005.

BUHALIS, Dimitrious – **E-Tourism: Information Technology for Strategic Tourism Management**. Essex: Prentice Hall/FT, 2003.

BULL, Adrian - **The Economics of Travel and Tourism**. London: Pitman, 1991.

BUTLER, R.; HALL, M. - The Influence of Fashion and Accessibility on Destination Consumption. In BUHALIS, D.; COSTA, C. - **Tourism Business Frontiers**. Oxford: Elsevier, 2006.

CAA UK - **Decisions on Air Transport Licences and Route Licences 1-04**. London: CAA, 2004.

CALDER, Simon – **No Frills – The truth behind the low-cost revolution in the skies**. London: Virgin Books, 2004.

COOPER C.; Fletcher J.; GILBERT D.; WHANHILL S. – **Tourism – Principles and Practice**. London: Addison Wesley Longman, 2nd edition, 1999.

COSTA PEREIRA, Ricardo C. - **The Policy of ICAO on the Ownwership and Operation of Airports**. Airport 2001. London: Sovereign Publications, 2001.

COSTA, Carlos – **An Emerging tourim Planning Paradigm? A Comparative Analysis Between Town and Tourism Planning**. London: International Journal of Tourism Research, Vol 3. 2001.

COSTA, Carlos – **Towards the improvement of the efficiency and effectiveness of tourism planning and development at the regional level: planning, organizations and networks. The case of Portugal**. PhD Degree Thesis: University of Surrey, 1996.

COSTA, J.; RITA, P.; ÁGUAS, P. - **Tendências Internacionais em Turismo**. Lisboa: Lidel, 1998.

DARBY, Mark - **Airport Privatization**. Bolney: Aviation Strategy PLC, Octobre 1999.

DEBBAGE, K. - Airlines, Airports and International Aviation. In PENDER, L.; SHARPLEY, R. - **The Managment of Tourism**. London: SAGE, 2005.

DEEGAN, James; DINEEN, Donal A. – **Tourism Policy and Performance: The Irish experience**. London: Thomson, 1996

DENNIS, Nigel – **Industry consolidation and the future for airline network structures in Europe**. Journal of Air Transport Management: Elsevier, 11, 2005

DGT - **Turismo em Portugal: Politica, Estratégia e Instrumentos de Intervenção**. Lisboa: DGT, 2002.

DOGANIS, Rigas – **Flying Off Course – The economics of international Airlines**. London: HarperCollins Academic, 2nd Edition, 1991.

DOGANIS, Rigas – **The Airline business in the 21st century**. London: Routledge, 2001.

DOGANIS, Rigas – **The Airport Business**. London: Routledge, 1992.

ELAMIRI, M. - Major Challenges for Global Air Transport in the 21st Century. In **WTO – WTO Seminar on Tourism and Air Transport**. Funchal: WTO, 25-26 May 2000.

ELLIOT, James – **Tourism – Politics and Public Sector Management**. New York: Routledge, 1997.

EUROPEAN COMMISSION – **Energy & Transport Report 2000-2004**. Luxembourg: European Communities, 2004.

EUROPEAN COMMISSION – **Intelligent Transport Systems**. Luxembourg: European Communities, 2003.

EUROPEAN COMMISSION – **International Aviation Agreements**. Luxembourg: European Communities, 2004.

EUROPEAN COMMISSION – **The European Tourism Industry**. Luxembourg: European Communities, 2004.

EUROPEAN COMMISSION – **The Single European Sky**. Luxembourg: European Communities, 2004.

EUROPEAN COMMISSION – **Trans-European Transport Network**. Luxembourg: European Communities, 2005.

EUROPEAN COMMISSION – **White Book European Transport Policy for 2010: Time to decide**. Luxembourg: European Communities, 2001.

EUROSTAT - **50 Years of Figures in Europe**. Luxembourg: European Communities, 2003.

EUROSTAT - **Energy, transport and Environment Indicators: 1992-2002**. Luxembourg: European Communities, 2005.

EUROSTAT - **Stability of Tourism Flows in the EU**. Luxembourg: European Communities, 2003.

EUROSTAT - **Tourism in Europe in 2003**. Luxembourg: European Communities, 2004.

EUROSTAT - **Tourism in the Enlarged European Union**. Luxembourg: European Communities, 2005.

EUROSTAT - **Tourism Trends in Mediterranean Countries**. Luxembourg: European Communities, 2001.

EUROSTAT - **Transport in the Euro-Mediterranean Region**. Luxembourg: European Communities, 2003.

FERREIRA, Ana Maria – **O Turismo como Propiciador da Renovação dos Centros Históricos**. Tese de Doutoramento: Universidade de Aveiro, 2003.

FORSYTH, P. - **Tourism Benefits and Aviation Policies**. Amsterdam: Journal of Air Transport Management, Elsevier, January 2006.

GRAHAM, A. - Transport and Transit: air, land and sea. In BUHALIS, D.; COSTA, C. - **Tourism Business Frontiers**. Oxford: Elsevier, 2006.

GRAHAM, Anne – **Managing Airports – An international perspective**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.

GROVER, John H. H. - **Airline Route Management**. London: BSP Professional Books, 1990.

HAAHTI, A; KOMPPULA, R. - Experience Design in Tourism. In BUHALIS, D.; COSTA, C. - **Tourism Business Frontiers**. Oxford: Elsevier, 2006.

HALL, M. - The Role of Government in the Management of Tourism: the public sector and tourism policies. In PENDER, L.; SHARPLEY, R. - **The Management of Tourism**. London: SAGE, 2005.

HANLON, P. - **Global Airlines: Competition in a Transnational Industry**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1996.

HARROP, Peter J. - **New Earning Streams for Airports**. London: Footnote Publications, 1999.

HODGEKINSON, Mike - **Aviation's future as we enter the 21st century**. Airport 2001. London: Sovereign Publications, 2001.

HOLLOWAY, J. C. – **The Business of Tourism**. London: Addison Wesley Longman, 5th edition, 1999.

HORNER, Susan; SWARBROOKE, John – **Marketing, Hospitality and Leisure in Europe**. London: International Thomson Business Press, 1997.

IATA - **General Guidelines for Using Data on International Air-Passenger Traffic for Tourism Analysis**. Madrid: WTO, 2002.

INOFOR - **O Sector dos Transportes em Portugal - Aéreo**. Lisboa: INOFOR, 2000.

INSKEEP, Edward – **Tourism Planning: An integrated and sustainable development approach**. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

JAMAL, T.; JAMROZY, U. - Collaborative Networks and Partnerships for Integrated Destination Management. In BUHALIS, D.; COSTA, C. - **Tourism Management Dynamics**. Oxford: Elsevier, 2006.

JEFFRIES, David – **Governments and Tourism**. London: Butterworth-Heinemann, 2001.

KELLER, P. - Tourism and Air Transport. In WTO – **WTO Seminar on Tourism and Air Transport**. Funchal: WTO, 25-26 May 2000.

KERR, William R. – **Tourism Public Policy and the Strategic Management of Failure**. London: Pergamon, 2003

KYROU, Dinos – **Lobbying the European Commission: The case of air transport**. London: Ashgate, 2000

LEIDNER, Rüdiger - **The European Tourism Industry**. Luxembourg: European Communities, 2004.

LGA – **Air Transport Statement: The LGA's contribution to a national policy**. London: LGA, 1998.

LOPES, Ernâni – **Reinventando o Turismo em Portugal**. Lisboa: SaR, 2005.

LUMSDON, L.; PAGE, S. – **Tourism and Transport: Issues and agenda for the new millennium**. London: Elsevier, 2004

MANETE, M.; MINGHETTI, V. - Destination Management Organizations and Actors. In BUHALIS, D.; COSTA, C. - **Tourism Business Frontiers**. Oxford: Elsevier, 2006.

MOSCARDO, G.; PEARCE, P. - Life Cycle, Tourist Motivation and Transport: Some Consequences for the Tourist Experience. In LUMSDON, L.; PAGE, S. – **Tourism and Transport: Issues and agenda for the new millennium**. London: Elsevier, 2006

MOUTINHO, Luiz – **Strategic Management in Tourism**. Glasgow: CABI Publishing, 2000.

NEUFVILLE R.; ODONI, Amedeo – **Airport Systems – planning, design and management**. New York: McGraw-Hill, 2003.

OECD – **Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries**. Paris: OECD, 1997

PAGE, Stephan J. – **Transport and Tourism**. Essex: Longman, 1999.

PAGE, Stephan J. – **Transport for Tourism**. Essex: Longman, 1994.

PAPATHEODOROU, A. - Liberalization and Deregulation for Tourism: Implications for Competition. In BUHALIS, D.; COSTA, C. - **Tourism Management Dynamics**. Oxford: Elsevier, 2006.

PARDAL, Luis; CORREIA, Eugénia - **Métodos e Técnicas de Investigação Social**. Porto: Areal Editores, 1995.

PENDER, Lesley ; SHARPLEY, Richard – **The Management of Tourism**. London: Sage, 2005.

PEREIRA, Alexandre; POUPA, Carlos - **Como Escrever uma Tese, Monografia ou Livro Científico**. Lisboa: Edições Sílabo, 2004.

PORTO EDITORA - **Dicionário da Língua Portuguesa 2004**. Porto: Porto Editora, 2004.

PORTO EDITORA - **Diciopédia 2006**. Porto: Porto Editora, 2006.

PRIDEAUX, B. - Transport and Destination Development. In LUMSDON, L.; PAGE, S. – **Tourism and Transport: Issues and agenda for the new millennium**. London: Elsevier, 2005

QUIVY, R.; CAMPENHOUDT, L. – **Manual de Investigação em Ciências Sociais**. Lisboa: Gradiva, 2003.

RICOVER, Andy - **Privatization of Latin American Airports**. Airport 2000. London: Sovereign Publications, 2000.

RYAN, Chris; PAGE, Stephan – **Tourism Management – Towards the new millennium**. Oxford, Elsevier Science, 2000.

SaeR - **Reinventando o Turismo em Portugal**. Lisboa: CTP, 2005.

SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO – **Turismo em Portugal – Política, Estratégia e Instrumentos de Intervenção**. Lisboa: SET, 2002.

SHAW, Stephan – **Airline Marketing and Management**. Hampshire: Ashgate Publishing, 4th Edition, 2000.

SUBRENOM, A. - Liberalization of Air Transport in the EU and Consequences for Tourism. In WTO – **WTO Seminar on Tourism and Air Transport**. Funchal: WTO, 25-26 May 2000.

TEFLER, D. - Managing Tourism for Development. In PENDER, L.; SHARPLEY, R. - **The Managment of Tourism**. London: SAGE, 2005.

TRIBE, J. - Strategy for Tourism. In PENDER, L.; SHARPLEY, R. - **The Managment of Tourism**. London: SAGE, 2005.

UNYSIS - **Global Airport Management: A strategic challenge**. Airport 2001. London: Sovereign Publications, 2001.

VEAL, A. J. - **Research Methods for Leisure and Tourism**. London: Pitman Publishing, 1997.

VELLAS, Francois. - Interdependence of Tourism Development and Air Transport in Europe. In WTO – **WTO Seminar on Tourism and Air Transport**. Funchal: WTO, 25-26 May 2000.

WELLS, Alexander T.; WENSVEEN, John G. – **Air Transportation – A Management Perspective**. 5th edition. Belmont: Brooks/Cole, 2004.

WELLS, Alexander; YOUNG, Seth B. – **Airport Planning & Management**. New York: McGraw-Hill, 5th Edition, 2004.

WHEATCROFT, Stephan. – **Aviation and Tourism – Balancing the benefits**. London: WTO Routledge, 1994.

WORLD MARKETS RESEARCH CENTRE - **Aviation Strategies: Challenges and Opportunities of Liberalization**. Montreal: ICAO Air Transport Seminar, 22-23 March 2003.

WTO – **General Guidelines to Using Data on International Air-Passenger Traffic for Tourism Analysis**. Madrid: WTO, 2002.

WTO – **WTO Seminar on Tourism and Air Transport**. Funchal WTO, 25-26 May 2001.

WTTC - **Portugal: The 2005 Travel & Tourism Economic Research**. London: WTTC, 2004.